

ENERGÍAS RENOVABLES Y TRANSICIÓN ENERGETICA: UNA MIRADA DESDE LA PRENSA DIGITAL DE SALTA EN EL 2022

Camila Binda Galindez^{1,2}, Verónica Javi^{1,2}

¹Laboratorio Multimedia del Instituto de Investigaciones en Energía No Convencional (INENCO) Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Av. Bolivia 5150 C.P. 4400

²Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (UNSa). Av. Bolivia 5150. C.P. 4400
Tel. 3874688056 – e-mail: camilabindag@gmail.com

Recibido 22/08/2022; Aceptado 17/10/2022

RESUMEN.- Se presenta un análisis de contenido sobre las publicaciones de los tres diarios digitales de mayor alcance (virtual) en la provincia de Salta, a dos niveles de la información, periodístico, relativo a las características propia de los medios, y temático, contenido centrado en la transición energética y la energía renovables, con el relevamiento en los portales desde enero a agosto del año 2022. El objetivo es determinar la naturaleza, procedencia de las fuentes, la producción de la información, el tipo de publicación, el encuadre, la temática, la extensión y el soporte visual del tratamiento periodístico local para conocer los enfoques y las narrativas de las coberturas mediáticas. Una aproximación a los resultados indica que en una importante cantidad de notas las fuentes son corporativa, siendo el Tribuno el periódico virtual con mayor número de publicaciones.

Palabras clave: análisis de contenido, prensa digital, energías renovables, transición energética, Salta

RENEWABLE ENERGIES AND ENERGY TRANSITION: A PERSPECTIVE FROM THE SALTA DIGITAL JOURNALISM IN 2022

ABSTRACT.- A content analysis is presented on the publications of the three digital newspapers with the greatest reach (virtual) in the province of Salta, at two levels of information, journalistic, relative to the characteristics of the media, and thematic, content focused on the energy transition and renewable energy, from January to August of the year 2022. The objective is to determine the nature, origin of the sources, the production of the information, the type of publication, the framing, the theme, the extension and the support visual of the local journalistic treatment to know the approaches and the narratives of the media coverage.

Keywords: content analysis, digital journalism, renewable energy, energy transition, Salta

1. INTRODUCCIÓN

El contexto mundial no permite ser indiferente a la discusión de la transición energética como una estrategia necesaria para mitigar los efectos del calentamiento global y fomentar las soberanías nacionales. Los medios de comunicación son en este escenario actores clave en el debate social, tienen la responsabilidad de comunicar a la ciudadanía los temas de interés público y fiscalizar a los tomadores de decisiones. Es por ello, que el presente trabajo examina desde el análisis de contenido cómo los medios están produciendo sus notas/noticias sobre la transición energética y las energías renovables en la provincia de Salta.

El relevamiento se aplica a tres (3) portales de noticias digitales de la Provincia de Salta, seleccionados a partir de las métricas de la plataforma *Facebook*, abarcando un periodo desde el 1 de enero al 15 de agosto del 2022. La búsqueda estuvo limitada por las etiquetas o *tags* “Energías Renovables” y “Transición Energética”, obteniendo un registro total de 51 noticias/notas, e identificando: fechas de publicaciones, producción de la información, tipo de nota, encuadre, temática, soporte visual, naturaleza y procedencia de las fuentes.

La transición energética y las energías renovables, parecen vislumbrar un relativo protagonismo mediático acompañado de una agenda internacional y una cierta conflictividad social determinada por eventos dramáticos como fue la pandemia *Sars Cov- 19* durante el año 2020. Entonces, cabe preguntarse ¿cuál es la relevancia que los periodistas de los medios digitales otorgan a las cuestiones energéticas en la agenda actualmente?, ¿Cuáles son los enfoques y las áreas con mayor cobertura?, ¿Quiénes se constituyen como fuentes de la información?

De esta manera, se presenta un diagnóstico cuantitativo y cualitativo sobre las bases de las características de la producción de la información que ofrece un acercamiento al tratamiento mediático local para conocer los enfoques presentes y fortalecer la diversificación de distintas narrativas; que les den las causas y razones a los ciudadanos para entender las problemáticas y fenómenos que directa e indirectamente les atañen.

2. ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA PRENSA LOCAL

Al hablar del análisis de contenidos nos referimos a una metodología indirecta, es decir, basada en el análisis e interpretación de

fuentes documentales ya existentes, y no a la observación directa del fenómeno, pudiendo explorarlas tanto en un sentido cuantitativo como cualitativo (Guix, 2008). Se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, repli-cable, y validadas, (Berelson, Lazarfeld, 1948).

El análisis de contenido permite percibir de un texto o una imagen el contenido manifiesto, obvio, directo que es representación y expresión del sentido que el autor pretende comunicar. Pero, además, se puede percibir un texto, latente oculto, indirecto que se sirve del texto manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir. Tanto los datos expresos (lo que el autor dice) como los latentes (lo que dice sin pretenderlo) cobran sentido y pueden ser captados dentro de un contexto. El contexto es un marco de referencias que contiene toda aquella información que el lector puede conocer de antemano o inferir a partir del texto mismo para captar el contenido y el significado de todo lo que se dice en el texto. Texto y contexto son dos aspectos fundamentales en el análisis de contenido (Abela, 2000).

El rol que los medios de comunicación desempeñan ante la transición energética y la energía renovable no debe interpretarse como un proceso lineal mediante en el que un problema “emerge” y simplemente es reflejado en los contenidos de la prensa (Hansen, 1991). Más bien, puede decirse que los medios de comunicación son parte de un complejo proceso en los que intervienen múltiples factores y actores socioculturales, económicos o políticos en la producción de noticias. Es decir, los acontecimientos y las cuestiones relacionadas a la temática son atravesados por las relaciones sociales que les otorgan sentido.

La lectura de la información periodística obtenida mediante el análisis de datos posibilita tener un panorama de quiénes son los referentes temáticos consultados, cuáles son los enfoques sobresalientes, las áreas más desarrolladas, cuáles son las extensiones y los soportes visuales. Los avances de investigación que aquí se presentan exploran sobre estas variables con el objetivo de dar cuenta de la prominencia que las temáticas asociadas a la transición energética y las energías renovables que -según las percepciones de periodistas locales- poseen en la agenda mediática, pública y política. Al mismo tiempo que se busca indagar cuáles son los factores que intervienen para que los temas ingresen al universo informativo, o sea, cuáles son los criterios de noticiabilidad que los periodistas manifiestan en su quehacer profesional.

Se pueden mencionar dos antecedentes fundamentales para la investigación, la tesis de grado *Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología en diarios del NOA: Fuentes y construcción de agenda mediática* (Binda, 2017), donde se analizan durante el primer trimestre del 2015 las noticias/notas científicas publicadas por los cinco diarios de mayor tirada del NOA (El Tribuno, el Pregón, el Liberal, el Ancasti, y la Gaceta) y la investigación presentada por Climate Tracker denominada *¿América Latina Renovable?: Una mirada de la transición energética desde las salas de redacción* (Gomez, et al, 2022), donde se analizan medios impresos y digitales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y República Dominicana centrándose en las publicaciones relacionadas a la transición energética.

Las variables de análisis aplicadas fueron a dos niveles de la información: 1) Periodístico, que contemplan aspectos generales de la publicación: diario emisor, fecha de publicación, producción de la información (periodista, redacción, corresponsal, agencia de noticia, otro medio/divulgador, n/s determinar), tipo de información (noticia, divulgación, entrevista, informe, opinión), extensión del

texto (cantidad de palabras), soporte visual (fotografía, video, gráfico, otros), tipo de soporte visual (propio de la noticia, archivo, externo, otros), naturaleza de la fuente (documental, humana, documental y humana, sin determinar). 2) Temático: encuadre (cobertura de eventos, corporativo, atribución de responsabilidades, desigualdad – pobreza, ecológico, económico, impacto humano, investigación/desarrollo/innovación, políticas públicas, relaciones exteriores, salud, seguridad nacional, otros), temática (energía Solar/Energía Térmica, energía eólica, energía geotérmica, energía hidráulica, bioenergía, mareomotriz, undimotriz, recursos estratégicos, edificios bioclimáticos, eficiencia energética, transición energética, cadenas de distribución, matriz energética nacional, tecnología ER, mitigación del cambio climático), procedencia de la fuente (Universidad Nacional de Salta- UNSa-, Universidad Privada de Salta, Universidades Nacionales de Argentina, Universidades extranjeras, otras instituciones educativas, CONICET-UNSa, laboratorios/institutos científicos público provincial, laboratorios/institutos científicos público argentino, laboratorios/institutos científicos privado argentino, laboratorio/ Instituto Científico Privado Provincial, Laboratorio/ Instituto Científico extranjero, gobierno provincial /municipal, gobiernos NOA – Jujuy, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero-, gobierno nacional, gobierno extranjero, asociaciones/Fundaciones provinciales, asociaciones/Fundaciones Argentinas, asociaciones /fundaciones extranjeras, empresa privada local, empresa Privada Argentina, empresas mixtas- argentinas, empresa privada internacional, sin determinar).

2.1. Medios analizados

La muestra de análisis está construida por tres medios de prensa digital de la provincia de Salta sobre el aproximado de nueve (9) portales de noticias con trascendencia local (El Tribuno, Cuarto Poder, El Tintero de Salta, Infomate Salta, ¿Qué Pasa Salta?, Salta/12, El Expreso de Salta, El Influencer, Voces Críticas). El criterio de selección se estableció utilizando las métricas de alcance que propone la red social Facebook, dado a que las mismas son públicas y permiten estimar una cantidad de audiencia sobre las notas del portal (Tabla 1).

A su vez, se estableció como periodo de análisis desde el 01/01/2022 al 15/08/2022, segmentando la búsqueda en cada uno de los portales relevados con los términos “Energías Renovables” y “Transición Energética”, que cómo conceptos ampliados permiten tener un registro del tratamiento en el área de interés.

Por lo tanto, los tres medios relevados para este trabajo bajo los parámetros indicados, fueron:

- ¿Qué pasa Salta?, portal digital de noticias, <https://www.quepasasalta.com.ar/>, con un ecosistema de redes (Instagram, Facebook, Twitter), propiedad del empresario y senador provincial Emiliano Durand, en funcionamiento desde el año 2015. Su línea editorial es similar al medio televisivo/gráfico Crónica, enfocada en un público joven, presenta un lenguaje muy sencillo y propio del localismo salteño. Puede ser definido como sensacionalista, generalmente conocido como “prensa amarillista” dentro de la clasificación del estilo periodístico en la prensa gráfica, caracterizado por elevar la notoriedad de las experiencias cotidianas y utilizar términos informales (Atorresi,1995).

- El Tribuno, es un diario impreso y digital, salió al mercado el 21 de agosto de 1949. Sus primeros accionistas fueron Jaime Durán, Ricardo Durán, Emilio Espelta y el Partido Peronista, En 1955, el gobierno de facto intervino y confiscó la empresa, designando como interventor a Roberto García Pinto. El 25 de abril de 1957, por decisión de los administradores judiciales, se

Tabla 1: Métricas de Alcance de medios digitales de la Provincia de Salta, en la red social Facebook. Consultado el 10 de agosto 2022

MEDIOS GRÁFICOS	PORTALES	ALCANCE REGISTRADO CUENTAS FACEBOOK
¿Qué Pasa Salta?	https://www.quepasasalta.com.ar/	1.691.950
El Tribuno	https://www.quepasasalta.com.ar/	786.245
Informate Salta	https://informatesalta.com.ar/	318.265
Voces Criticas	https://www.vocescriticas.com/	81.339
El Tintero de Salta	http://www.eltinterodesalta.com/	26.165
El Expreso Salta	https://elexpresodesalta.com.ar/	25.184
Cuarto Poder	https://cuartopodersalta.com.ar/	17.658
El Influencer	https://elinfluencer.com.ar/	16.704
Salta/12	https://www.pagina12.com.ar/secciones/salta12	1.084

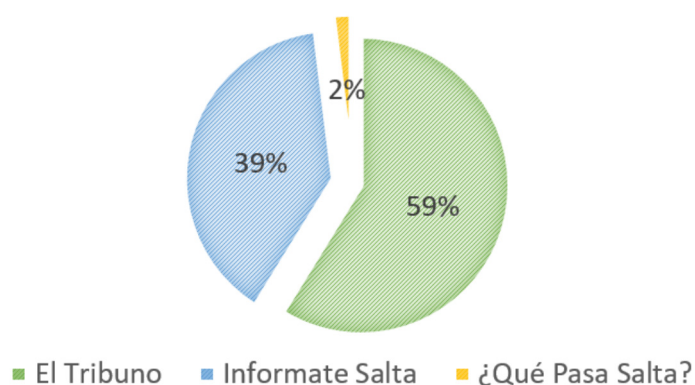


Fig. 1: Cantidad de notas publicadas en diarios digitales desde 01/01/2022 al 15/08/2022

ordenó la liquidación definitiva, fijándose la fecha de remate el 11 de agosto de 1957. La sociedad formada por Roberto Romero, Bernardino Biella y Jorge Raúl Decavi pagó 666.000 pesos y adquirió el diario. Diez años después, se convirtió en uno de los primeros periódicos de Argentina en imprimirse en sistema off set, y a partir de junio de 1981, tras el cierre de “El Cívico Intransigente”, se transformó en el único diario de Salta hasta la creación del nuevo diario en el año 2002. Su estilo periodístico siguiendo la clasificación propuesta es “prensa blanca” caracterizado por separar nítidamente los géneros informativos y los de opinión, adoptando, en general, un registro verbal formal y estándar.

- Informate Salta, se constituye como portal de noticias digital en el año 2008, <https://informatesalta.com.ar/>, desarrollado por Troka Comunicaciones, una empresa de comunicación institucional que realiza auditoría de medios, clipping y asesoramiento. Se encuentra bajo la dirección de Federico Andrés Storniolo. Dentro de la clasificación del estilo periodístico en prensa gráfica puede ser relacionado con la “prensa tradicional o prensa blanca”, que se reconoce mediante la constante publicación de acontecimientos en los que están implicadas personalidades públicas, tienen como fuentes principales las declaraciones públicas de portavoces oficiales.

3. DATOS RELEVADOS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta el relevamiento de las variables de análisis en los dos niveles - periodístico y temático – con los resultados obtenidos.

3.1. Nivel Periodístico

Durante el periodo expuesto para el relevamiento de medios digitales se registraron un total de cincuenta y uno (51) notas/noticias sobre las etiquetas de búsquedas “energías renovables” y “transición energética”, treinta (30) de ellas son del Tribuno, veinte (20) de Informate Salta, y sólo se registró una (1) nota vinculada en ¿Qué Pasa Salta? (figura 1).

En cuanto a las fechas de publicación, el diario digital El Tribuno presenta una preponderancia de notas presentadas entre el 23/06/2022 al 25/06/2022, es decir el 53,33% de las publicaciones del medio sobre el periodo analizado, esto se debe a que desde la redacción se organizó el ciclo “Energías renovables: el camino de la transición” de la propuesta multiplataforma “Hablemos de lo que viene” que tuvo acciones coordinadas desde el 23 al 25 de junio del 2022 de manera online y presencial (figura 2).

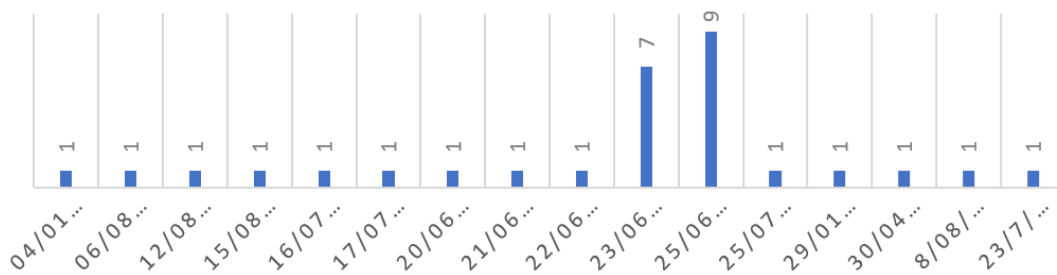


Fig. 2: Fechas de Publicación, diario El Tribuno, desde 01/01/2022 al 15/08/2022

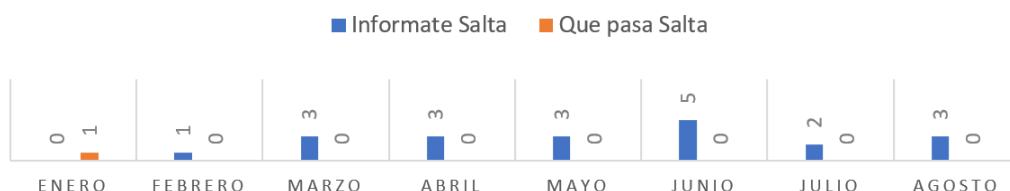


Fig. 3: Fechas de Publicación, diario Informatte Salta y ¿Qué Pasa Salta?, desde 01/01/2022 al 15/08/2022



Fig. 4: Producción de la Información en los diarios digitales desde 01/01/2022 al 15/08/2022

Por su parte, ¿Qué Pasa Salta? tiene una sola publicación en el mes de enero e Informatte Salta registra publicaciones sobre el área de búsqueda a partir de febrero, manteniendo una constante de entre dos (2) y tres (3) publicaciones mensuales (figura 3), exceptuando el mes de junio con cinco (5), esto puede deberse a la construcción de agenda periodística, impuesta por el evento organizado por el medio competidor, el Tribuno, en este sentido, las agendas periodísticas o mediáticas (McCombs & Shaw, 1972) son el resultado de intensos procesos productivos de selección, omisión y jerarquización (Roberts, 2005) que se dan en las redacciones y que le permiten a los medios de comunicación estructurar una propuesta temática otorgando relevancia a algunos asuntos en detrimento de otros.

La relevancia implica visibilidad y recuerdo de la información. Para lograr esto los medios cuentan con la ubicación de la noticia, mayor tamaño, la disposición de la información con respecto a otras o una mayor frecuencia de cobertura del tema (Amadeo, 2008). En tanto, el concepto es definido como una serie de acontecimientos relacionados en el tratamiento periodístico que se agrupan en una categoría más amplia. Estos acontecimientos, directamente observables en la superficie del discurso, constituyen

tópicos, es decir, etiquetas que resumen el dominio de las experiencias sociales incluidas en un relato (Pan y Kosicki, 1993).

La variable relativa a la producción de la información, está compuesta por los siguientes indicadores: 1) Periodismo, se trata de la noticia producida por uno o más redactor con firma visible, 2) redacción, miembros de la redacción, donde no firma una persona sino el colectivo redacción, 3) corresponsal, periodista que contribuye con el medio desde una locación distante, nacional o extranjera, siempre y cuando aparezca identificado como tal, 4) agencia de noticias, organización que recogen y transmiten a la prensa, radio y televisión las noticias obtenidas a través de su red de corresponsales, 5) otros medios/ divulgador, obtenido a través de otro medio de comunicación, o personaje público reconocido en una temática específica, 6) N/s determinar, No tiene firmas, no se menciona a la redacción ni figura si se obtuvo de corresponsales, agencias u otros medios.

El Tribuno presenta el 73% de sus notas producidas por la redacción, 23% por periodistas y 4% otro medio o divulgador sobre el total, Informatte Salta presenta 85% de producción por la redacción y el 15% restante no se puede determinar, la nota publicada en ¿Qué Pasa Salta? fue producida por la redacción (figura 4).

Otra variable analizada es el tipo de noticia, esto permite determinar cuáles son las características, cómo se presenta estructurada la información y cuáles son los criterios de noticiabilidad, sus indicadores son: 1) noticias, de hechos de actualidad que son de interés general se estructura como una pirámide invertida de los más importante a lo más detallado, con lenguaje neutro, sin comentarios ni interpretación, de hechos de actualidad, que son de interés general, 2) divulgación, cuando el tratamiento es de menor relevancia actual, sin plantear complejidad ni debate sobre el tema, con mayor extensión, 3) entrevista, texto en el que se relata una conversación con un personaje relevante sobre el tema, mediante la reproducción de preguntas y respuestas, 4) informe, el tratamiento periodístico es más extenso y profundo presentando datos e inferencias 5) Opinión, desarrollo argumentativo sobre una temática particular con autoría y de mayor extensión.

El Tribuno, registra 40% de publicaciones como noticias, 33% entrevista, 17% notas de divulgación, 7% notas de opinión y 3% informe sobre el total de sus publicaciones. Informate Salta, por su parte, tiene el 50% de noticias, 45% de notas de divulgación y 5% informes. La publicación del medio ¿Qué Pasa Salta? es una noticia (figura 5).

En cuanto a la extensión de las notas, El Tribuno presenta en mayor medida artículos con más extensión, con un total de dieciséis

(16) notas/noticias de 1400 palabras, Informate Salta, por su parte, tiene una extensión promedio de catorce (14) notas/noticias de 400 a 800 palabras, y ¿Qué Pasa Salta? presentó una noticia con una extensión de entre 400-800 palabras. Se podría estimar que la extensión está vinculada a la producción y la profundización en la temática. El tribuno e Informate Salta, también ha utilizado directamente el recurso de video o fotografías, sin texto para algunas notas/noticias (figura 6).

En lo que respecta al soporte visual que acompañan las notas/noticias científicas en los diarios, lo predominante son las fotografías con cuarenta y cinco (45) notas sobre el total de las relevadas, en menor medida la gráfica (2) y video con una (1) nota. En lo que refiere a la procedencia del soporte, El Tribuno presenta un mayor desarrollo de las notas mediante la utilización de las fotografías propias (15), en menor medida presenta imágenes de archivo (13) y externas (2). Informate Salta, tiene soportes adquiridos de archivos (10) o externos (8) y muy pocas de producción propia (2). La noticia publicada por ¿Qué Pasa Salta? tiene fotografía propia de la noticia (figura 7).

Uno de los aspectos más interesantes de analizar es la fuente de la información, esto se encuentra determinado, entre otras cosas, por los criterios de noticiabilidad, donde las fuentes relevantes están determinadas por el rol y la importancia pú-

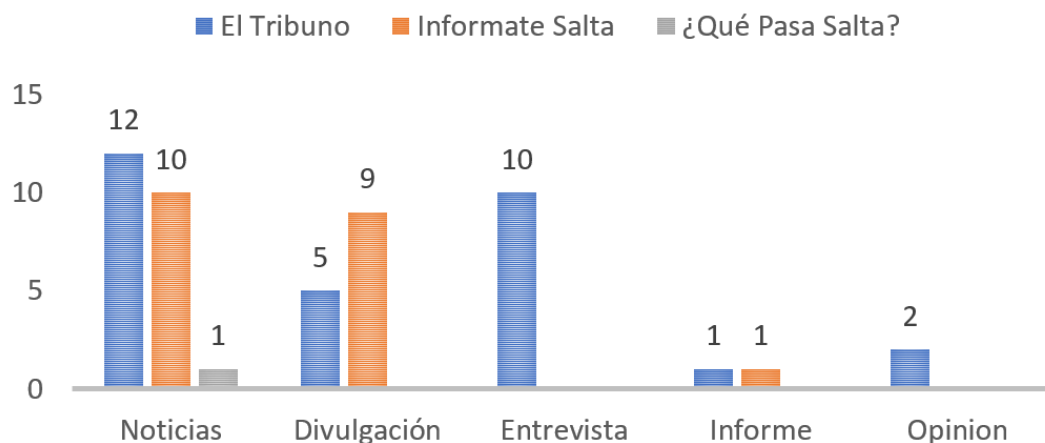


Fig. 5: Tipo de noticias publicadas en los diarios digitales desde el 01/01/2022 al 15/08/2022.

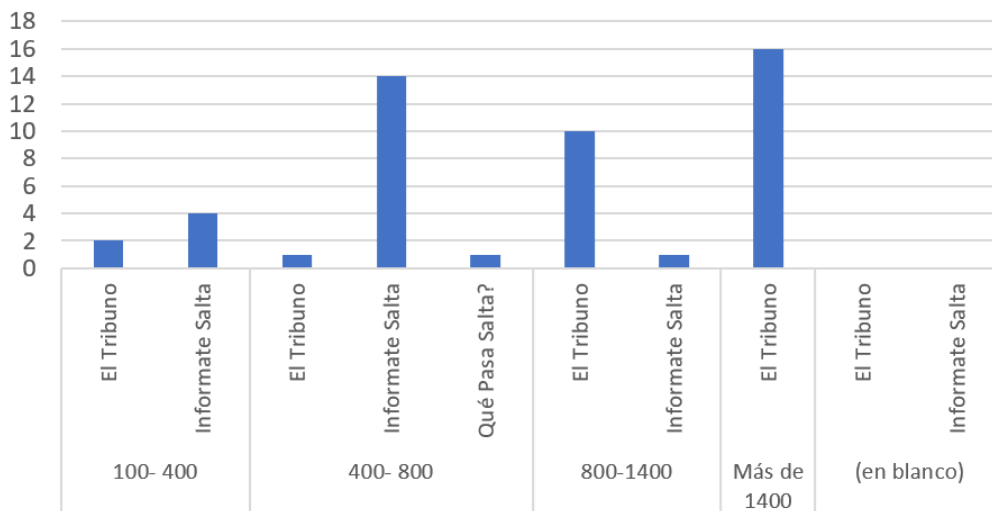


Fig. 6: Extensión de las notas/noticias de los medios digitales desde el 01/01/2022 al 15/08/2022



Fig. 7: Soporte Visual de las notas/noticias de los medios digitales desde el 01/01/2022 al 15/08/2022

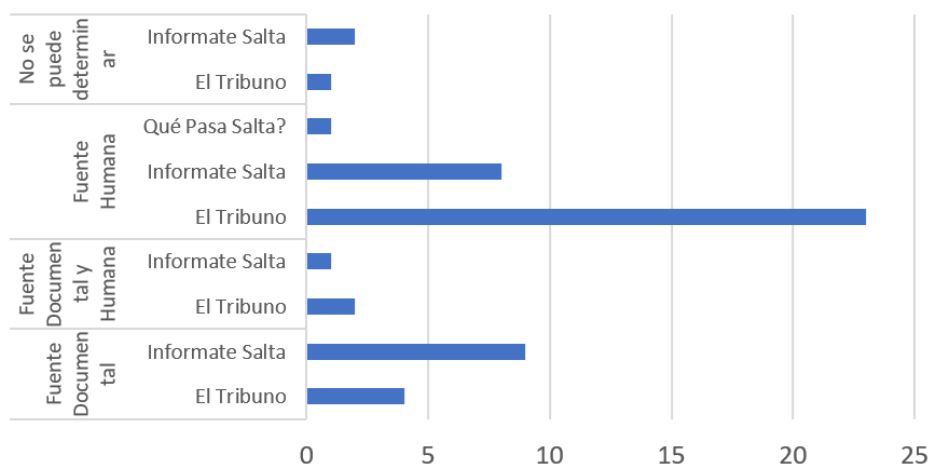


Fig. 8: Naturaleza de la fuente consultada por los medios digitales desde el 01/01/2022 al 15/08/2022

blica de la figura consultada, a su vez, es un eje clave para analizar lo que se denomina fake news, ya que la ausencia de fuentes o la credibilidad que posee, será lo que se considerará para discernir y establecer la validez y el enfoque sobre el que se desarrolla la nota.

La investigación relevó que El Tribuno presenta una mayor cantidad de notas (23) con fuente humana, sólo cuatro (4) notas con fuente documental, dos (2) notas con fuentes documentales y fuentes humanas, y una (1) no se pudo determinar cuál era la fuente de la información. Informate Salta tiene nueve (9) notas de fuentes documentales, esto puede relacionarse a la reproducción de partes de prensa oficiales, ocho (8) publicaciones provienen de fuentes humanas, una (1) es de fuentes documentales y humanas, y dos (2) no se puede determinar. ¿Qué Pasa Salta? tiene fuente humana en la noticia publicada (figura 8).

3.2. Nivel Temático

En el análisis de medios de comunicación una teoría muy utilizada es la del encuadre o *framing* que propone que la interpretación de la realidad que hacemos los individuos ocurre durante la interacción. El biólogo y sociólogo Gregory Bateson propuso una metáfora: la realidad se puede interpretar de la misma manera que el marco de una fotografía limita a sus espectadores lo que está dentro de ella. En el terreno del análisis de medios de

comunicación el encuadre estaría limitado a la percepción de la información emitida (Gómez et al, 2022).

La transición energética y las energías renovables pueden ser abordadas desde múltiples encuadres, incluso en una misma nota/noticia. En el marco de este trabajo se abordaron: las coberturas de eventos, corporativo, atribución de responsables, desigualdad/pobreza, ecológico, económico impacto humano, investigación/desarrollo/innovación, políticas públicas, relaciones exteriores, salud, seguridad nacional y otros, para conocer desde qué ángulo los medios de comunicación local interpretaban la temática.

Esta investigación pudo evidenciar que los medios analizados tienen mayor cobertura de eventos y corporativo, como en el caso del Tribuno que presenta diez (10) notas, es decir el 29% en coberturas de eventos y ocho (8) notas corporativas, es decir 23%, 14% corresponde a cinco (5) notas centradas en el impacto humano, 11% de las notas(4) estaban basadas en políticas públicas y representados por el mismo porcentaje aquellas encuadradas en investigación/ desarrollo/innovación, 6% son notas (2) que están centrada en el aspecto económico, 3% desigualdad social/pobreza y en la misma medida se presenta el encuadre ecológico (figura 9).

Por su parte, Informate Salta presenta nueve notas (9) corporativas, es decir 34%, ocho notas (8) referidas a políticas públicas, equivalente al 31%, 19% representado por cinco notas (5) con en-

cuadre económico, 8% de las notas (2) son cobertura de eventos, se publicó una (1) nota del impacto humano y una (1) nota de investigación/desarrollo/innovación. En cuanto a ¿Qué Pasa Salta?, la nota publicada era sobre la cobertura de evento en el marco de la implementación de políticas públicas (figura 9).

Sobre la temática específica, se contemplaron y clasificaron ampliamente, considerando las fuentes de energía renovables (solar/térmica, geotérmica, hidráulica, bioenergía, eólica, mareomotriz y undimotriz), aplicaciones (bioconstrucción, cadenas de distribución, tecnologías ER), tópicos de discusiones y concientización (transición energética, matriz energética nacional, eficiencia energética, recursos estratégicos, mitigación del cambio climático).

En este sentido, se puede observar que hay tópicos más instalados en relación al contexto local, como la energía solar/térmica, en la provincia de Salta el recurso solar en plano horizontal oscila entre los 1600 y los 2000 kWh/m², presentando un alto potencial para la aplicación de tecnologías energéticas no convencionales. Esta disponibilidad del recurso y el desarrollo que conlleva, se ve reflejado en los medios relevados, en El Tribuno encontramos diez (10) notas, en Informate Salta seis (6), y la única noticia disponible en ¿Qué Pasa Salta? es sobre el aprovechamiento de este recurso (figura 10).

El segundo tema de mayor relevancia en el diario El Tribuno es la transición energética, presentando ocho (8) notas, el 20% sobre

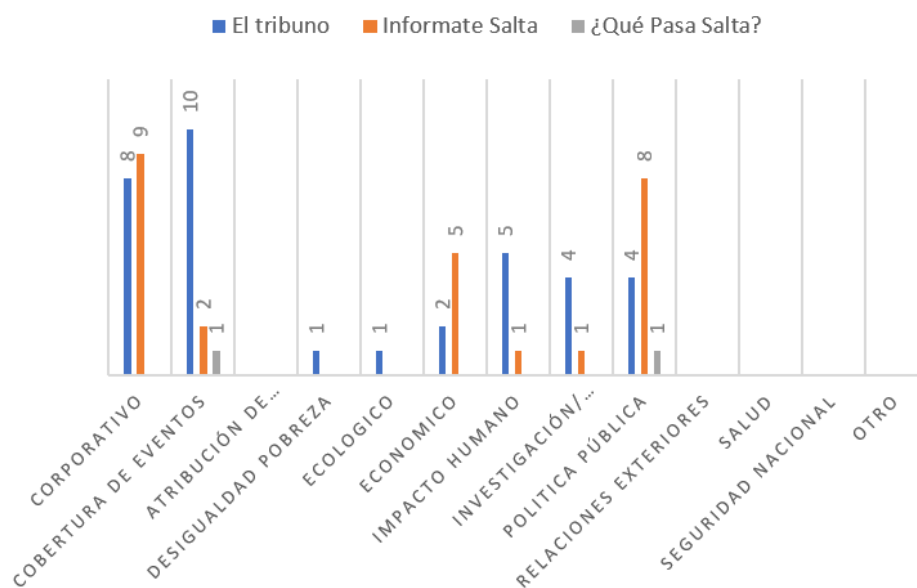


Fig. 9: Encuadre de las noticias relevadas en diarios digital desde el 01/01/2022 al 15/08/2022.

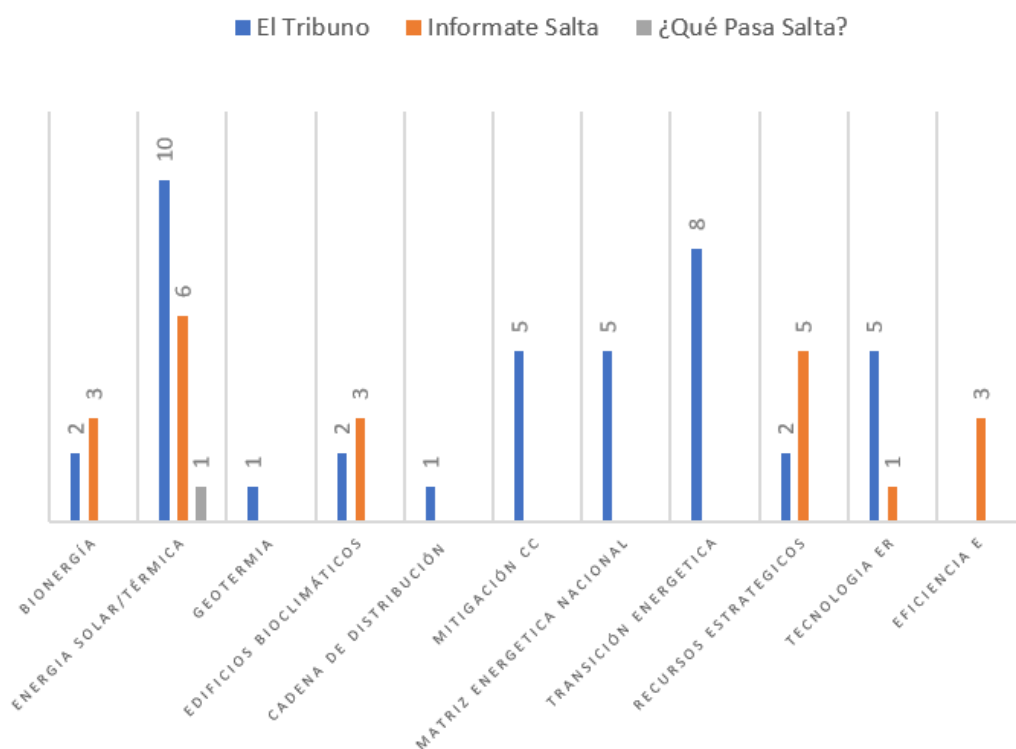


Fig. 10: Áreas temáticas abordadas por los medios digitales desde el 01/01/2022 al 15/08/2022

Por último, se registraron los titulares de las notas/noticias publicadas, para la presentación gráfica se aplica una nube de *tags*, también llamada nube de etiquetas que es la representación de las palabras más usadas en un texto, en este caso se cargaron todos los titulares en la plataforma <https://www.nubedepalabras.es/> y se procedió a la generación del gráfico (figura 12). Se puede visualizar la preponderancia del uso de “energía” “renovables”, “solar”, “Salta”, “Remsa” (Recursos Energéticos y Mineros de Salta, S.A), “vivienda”, “futuro”, “sustentable”, “propuestas”, “comunidades”, entre otros.

CONCLUSIONES

Los resultados de esta investigación permiten concluir que algunos de los medios digitales analizados tienen una cobertura sobre la temática, con el promedio de una (1) o (3) publicaciones mensuales, e interés en ampliarla que se puede observar en la organización del ciclo *Energías renovables: el camino de la transición, organizado* por El Tribuno con repercusiones en la cantidad de notas en Informato Salta. Sin embargo, es necesario llamar la atención sobre el hecho de que el diario *¿Qué Pasa Salta?*, de mayor alcance virtual, y por el estilo, a un público popular, es el que menos desarrollo en la materia tiene, presentando solo una nota en el periodo analizado.

En cuanto al nivel de la información periodística, se puede inferir que aquellas notas que son entrevistas y opinión tienen una extensión mayor, mientras que las notas de noticias y divulgación presentan una menor extensión. El soporte visual con mayor uso es la fotografía, en general puede ser propia de la noticia, más frecuente en el diario El Tribuno, o de archivo como es el caso de la aplicación en Informato Salta. En la producción de las notas, relevamos que están firmada mayormente como parte de la redacción, en menor medida por periodistas, y particularmente, Informato Salta presenta un porcentaje del 15% de notas que no permiten identificar quien o quienes son los autores, esto se puede vincular con la utilización de los partes de prensa, si observamos que el medio tiene una cantidad considerable de fuentes documentales y del sector gubernamental local y empresarial.

La información a nivel temático, expone que las notas publicadas sobre la transición energética y las energías renovables durante el periodo analizado, están limitadas a tres encuadres fundamentales, cobertura de eventos, corporativo y política pública, lo que explica que las fuentes de la información procedan en su mayoría de empresas privadas y gobiernos locales. Las áreas específicas que abordan son principalmente energía solar/térmica, transición energética, tecnologías ER, matriz energética nacional, mitigación del CC, recursos estratégicos, edificios bioclimáticos y eficiencia energética. Se puede visibilizar una contextualización

local del tratamiento periodístico considerando que las fuentes consultadas, en su mayoría, son de la provincia de Salta, y las temáticas tienen un fuerte anclaje con los recursos, desarrollos técnicos y profesionales que se dispone en el territorio.

Los resultados de avances en la investigación ponen en evidencia la participación que los medios de comunicación local tienen en la transición energética y el fomento de las energías renovables en la provincia, y a partir de ello, se considera que es vital diversificar y fortalecer las metodologías periodísticas para incluir diversas fuentes de información, tipos de historias, ángulos y enfoques, más contenido de ciencia y tecnología para aportar al debate social y la democratización del conocimiento.

Con la intención de diseñar y aplicar estrategias comunicacionales que permitan la sinergia entre los medios de comunicación, las instituciones científicas- tecnológicas y otros actores claves del proceso de transición energética, se propone profundizar el análisis relevando el ciclo anual completo y realizando entrevistas a investigadores/docentes/becarios de la Universidad de Salta y del CONICET-UNSa, como también a periodistas y directores de los medios digitales, para explorar cuáles son los desafíos más importantes a los que se enfrentan las y los periodistas al comunicar estos temas y como se puede aportar desde nuestras instituciones académicas- científicas.

REFERENCIAS

- Andréu Abela, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Fundación Centro de Estudios Andaluces, Universidad de Granada.
- Amadeo, B. (2008). Framing: Modelo para armar. En *M. T. Baquerín de Riccitelli* (Ed.), Los medios ¿aliados o enemigos del público? Buenos Aires: educa, 183-281.
- Atorresi, A. (1995). Los géneros periodísticos. Ediciones Colihue. Volumen 122 de Colección literaria LYC SRL, 34
- Berelson B.; Lazarsfeld P. (1948). “The analysis of communication content”, University of Chicago and Columbia University, Chicago y Nueva York.
- Binda, C. (2017). Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología: fuentes y construcción de agenda periodística. Universidad Nacional de Salta.
- Gómez, I. et al. (2022). ¿América Latina Renovable?: Una mirada de la transición energética desde las salas de redacción. Climate Tracker. <https://climatetracker.org/americalatinarenovable/>
- Guix Oliver, Joan (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de Calidad Asistencial*. 23 (1), 26-30.
- Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society*, 33, 443-458.
- Pan y Kosicki (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication* 10(1):55-75