

Pablo J. BOCZKOWSKI y Eugenia MITCHELSTEIN. *The News Gap. When the information preferences of the media and the public diverge.* Cambridge Massachusetts: The MIT Press, 2013. 302 pp. ISBN: 978-0-262-01983-5.

¿Qué leen los ciudadanos? ¿Qué es noticia para los medios de comunicación? ¿Cuáles son las historias que generan más interés en el público? ¿Coinciden los criterios de relevancia de la audiencia con los de los productores de noticias? Estos interrogantes constituyen el puntapié inicial de este amplísimo trabajo que hace foco en la relación

entre medios-audiencia y sus efectos sobre la política, la democracia y el lugar de los medios como «cuarto poder».

El punto de partida: *the news gap*. La distancia que existe y se profundiza entre el tipo de noticias que se oferta y la demanda/preferencia de los lectores. Mientras los medios privilegian reportar sobre política, economía, cuestiones o conflictos internacionales; los lectores dirigen su atención al deporte, el clima, policiales y al tan menospreciado entretenimiento.

El libro analiza la brecha mediática en los portales online prestando especial atención a los temas que son cubiertos en una determinada historia y cómo son presentados al público. El estudio, de corte comparativo, se realiza entre el 2007 y el 2009, considera las preferencias de periodistas y consumidores en veinte sitios de noticias, en siete países, con una distribución en tres regiones (Estados Unidos, Europa Occidental y América Latina).

El universo de noticias consideradas asciende a 39.132 artículos. Este conjunto se compone a partir de considerar las noticias más relevantes para los periodistas, las historias más *clickeadas* por los lectores, las más *maileadas* así como las más comentadas. La metodología para clasificar las noticias resulta muy precisa pues toma en consideración el comportamiento que productores y consumidores tienen en relación con las noticias y la tecnología. El análisis se revela completo y resulta de la combinación de estrategias cuanti y cuali y así como de la vieja y nueva escuela para el análisis de los medios de comunicación.

La brecha mediática va en aumento y no guarda relación con la orientación ideológica del medio, ni con su ubicación geográfica, así como tampoco con el sistema de medios ni la cultura en la que opera. La brecha tampoco parece verse afectada por los nuevos formatos de «periodismo ciudadano». Sin embargo, sí disminuye en momentos de alta intensidad política, entendiéndose momentos electorales.

The news gap se ve afectada especialmente por factores tecnológicos, el modo en que periodistas y público redistribuyen noticias; factores contextuales: momentos de alta o baja intensidad política; interpretativos, y lo que los autores denominan experienciales. Estos últimos asociados a los modos en que periodistas y público consumen noticias y el tipo de noticias que consumen cotidianamente.

Estos hallazgos obligan a repensar cuestiones asociadas a la *agenda-setting*. Los autores sugieren que, a diferencia de lo que habitualmente se sostiene, el poder de agenda de los medios depende esencialmente del contexto. En crisis, es alto. En situaciones normales, bajo.

El libro se organiza en seis capítulos y cuenta al final con un apéndice estadístico que merece ser leído con atención pues sugiere toda una agenda de investigación a partir de los resultados empíricos. Así, el primer capítulo consiste en una presentación sucinta pero clara de la propuesta teórica pero esencialmente metodológica que Boczkowski y Mitchelstein ofrecen.

En los capítulos dos y tres, el libro se concentra en analizar los consumos de periodistas y público. El capítulo dos describe las características de la brecha mediática señalando que la brecha en relación a los tópicos [*thematic gap*] es común a las tres

regiones bajo análisis. En el capítulo tres se muestra empíricamente cómo los períodos de alta actividad política (crisis y/o elecciones) reducen la brecha mediática. En especial debido al cambio de patrón de consumo en el público. Es decir, la brecha se achica porque hay un cambio en la demanda.

Los capítulos cuatro y cinco prestan atención al modo en que la historia es contada y en función de ello distinguen preferencias y consumo de periodistas y público. Los datos muestran que la brecha se suaviza. Las preferencias respecto al formato divergen menos que en relación a la temática. El análisis se completa evaluando el impacto de la tecnología, en el capítulo cinco. Finalmente, el capítulo sexto ofrece una buena síntesis de las conclusiones empíricas y de los aportes teóricos.

El libro propone repensar los elementos fundamentales de la matriz entre medios de comunicación (noticias/información) y la política. Una relación compleja pero fundamental para la democracia. *The news gap* es un modelo de estudio empírico-comparativo y eso lo vuelve lectura obligada. Los autores merecen el reconocimiento de ofrecer un texto que trasciende las fronteras temáticas que aborda.

Mara PEGORARO
Universidad de Buenos Aires