

Eje 12. Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación  
Coordina Leila Moreno Castro, Juan Fraiman y Juan Legaria

## Investigar medios periodísticos digitales en San Juan, aportes a la reflexividad sobre los procesos metodológicos

Jimena Sancho | Universidad Nacional de San Juan, Argentina  
[jimesancholuc@gmail.com](mailto:jimesancholuc@gmail.com)

Claudia Aubone | Universidad Nacional de San Juan, Argentina  
[claudiaaubone@gmail.com](mailto:claudiaaubone@gmail.com)

María Cecilia Vila | Universidad Nacional de San Juan, Argentina  
[ceciliavila08@gmail.com](mailto:ceciliavila08@gmail.com)

### Resumen

El presente trabajo pretende compartir sistematizaciones del proceso metodológico construido para la investigación titulada *Mapa de medios digitales en San Juan. Nuevos enunciadores del discurso periodístico local desde La Economía Crítica de la Cultura y La Comunicación (EPCC)* de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ, iniciado en el 2020. El estudio tiene como objetivo general describir en sus dimensiones organizacional, de producción, propiedad y discursiva el sector de los medios periodísticos digitales de la provincia.

A más de un año de comenzar su ejecución, nos parece relevante abordar desde la reflexividad el conjunto de decisiones teórico-metodológicas del diseño, que combina triangulación de técnicas cuanti-cualitativo. En primer lugar, por los desafíos que supone abordar un objeto poco explorado en el ámbito local, desde marcos teóricos de la EPCC, incluido en la configuración industrial de la rama de la edición periodística (Zallo, 1988) con las características de ser digital, interactivo y con servicios en línea para su disponibilidad en cualquier momento (Igarza, 2008). En segundo lugar, porque el inicio de la investigación fue durante el primer año de la pandemia de COVID-19, un escenario que forzó a incorporar más TIC en las dinámicas de intercambio comunicacional del equipo. En tercer lugar, nos interesa instrumentar dispositivos de reflexividad como práctica sistemática duran-

te el proceso de investigación: la reflexividad del investigador en tanto que miembro de una sociedad o cultura; la reflexividad del investigador en tanto que investigador, con su perspectiva teórica, sus interlocutores académicos, sus *hábitus* disciplinarios y su epistemocentrismo; y las reflexividades de los agentes de la población en estudio (Guber, 2001). Pues observamos, junto a Neiman y Quaranta (2006), que las narrativas de dichos procesos no representan valor en sí, lo que hace que sea una práctica subalterna. Sin embargo, como afirman Piovani y Muñiz Terra (2018), la validez de las investigaciones sociales *está en el proceso*, por ello ir dejando constancia del mismo en el marco de la reflexividad es parte de la tarea investigativa.

A través del análisis de la documentación elaborada para el diseño de instrumentos de recolección de datos, con su operacionalización de variables, las notas de campo y entrevistas semiestructuradas a los/as integrantes del equipo pretendemos comprender la dialéctica de los procesos de elaboración y reelaboración de los pasos de las metodologías propuestas. En tal sentido, creemos que sistematizar y recopilar estos procedimientos, para ponerlos en común con los demás colegas, fortalece una dimensión esencial en la investigación. Por lo tanto, lejos de tomar el diseño metodológico como receta preestablecida nos adentramos en la reflexión necesaria del camino colectivo que traza un equipo de trabajo para cumplir su objetivo.

**Palabras clave:** investigación en comunicación, medios periodístico digitales, economía política de la comunicación

## 1. Introducción

En el presente trabajo compartimos sistematizaciones del proceso metodológico construido para la investigación titulada *Mapa de medios digitales en San Juan. Nuevos enunciadores del discurso periodístico local desde la Economía Crítica de La Cultura y La Comunicación* (en adelante EPCC) de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ, iniciado en el 2020. El estudio tiene como objetivo general describir en sus dimensiones organizacional, de producción, propiedad y discursiva el sector de los medios periodísticos digitales de la provincia.

A más de un año de comenzar su ejecución, nos parece relevante abordar desde la reflexividad el conjunto de decisiones teórico-metodológicas del diseño, que combina triangulación de técnicas cuanti-cualitativo. En primer lugar, por los desafíos que supone abordar un objeto poco explorado en el ámbito local, desde los marcos teóricos de la EPCC. Los medios de comunicación digitales están incluidos en la configuración industrial de la rama de la edición periodística (Zallo, 1988) con las características de ser digital, interactivo y con servicios en línea para su disponibilidad en cualquier momento (Igarza, 2008). En segundo lugar, porque el inicio de la investigación fue durante el primer año de la pandemia de COVID-19, un escenario que forzó a incorporar más TIC en las dinámicas de intercambio comunicacional del equipo. En tercer lugar, nos interesa instrumentar dispositivos de reflexividad como práctica sistemática durante el proceso de investigación: la reflexividad del investigador en tanto que miembro de una sociedad o cultura; la reflexividad del investigador en tanto que investigador, con su perspectiva teórica, sus interlocutores académicos, sus *hábitus* disciplinarios y su epistemocentrismo; y las reflexividades de los agentes de la población en estudio (Guber, 2001). Pues observamos, junto a Neiman y Quaranta (2006), que las narrativas de esos procesos no representan valor en sí, lo que hace que sea una práctica subalterna. Sin embargo, como afirman Piovani y Muñoz Terra (2018), la validez de las investigaciones sociales *está en el proceso*, por ello ir dejando constancia del mismo en el marco de la reflexividad es parte de la tarea investigativa.

A través del análisis de la documentación elaborada para el diseño de instrumentos de recolección de datos, con su operacionalización de variables, las notas de campo, el visionado de las grabaciones de las reuniones del equipo y entrevistas en profundidad a las directoras del proyecto nos aproximamos a comprender la dialéctica de los procesos de elaboración y reelaboración de los pasos de las metodologías propuestas. En tal sentido, creemos que sistematizar y recopilar estos procedimientos, para ponerlos en común con los demás colegas, fortalece una dimensión esencial en la investigación. Por lo tanto, lejos de tomar el diseño metodológico como receta preestablecida nos adentramos en la reflexión necesaria del camino colectivo que traza un equipo de trabajo para cumplir su objetivo.

Actualmente, el grupo de investigación está compuesto por trece (13) docentes-investigadores/as de la carrera de la Lic. en Comunicación Social, dos (2) becarias estudiantes (beca interna CICITCA-UNSJ y beca CIN), dos (2) estudiantes avanzados y dos (2) gradua-

dos. El proyecto integra una de las propuestas del Gabinete de Estudios de Investigación en Comunicación (GEICOM), del Departamento de Ciencias de la Comunicación y del Instituto de Investigaciones Socioeconómicas (IISE) de la Facultad de Ciencias Sociales (UNSJ).

## 2. Construcción del objeto de estudio desde la mirada teórica

Investigar medios periodísticos digitales supone un desafío dentro de los estudios de comunicación contemporáneos. Por la materialidad y dinamismo del referente de estudio, los marcos teóricos de los últimos años tratan de precisar categorías de análisis que terminan siendo de corta durabilidad. Como fenómeno comunicacional se expande año a año y por la pandemia COVID-19 los medios digitales crecieron en audiencias. Según el informe argentino del Media Ownership Monitor (en adelante MOM), realizado por Reporteros Sin Fronteras y Tiempo Argentino, en 2019, en nuestro país, los diarios online experimentan un importante crecimiento en visitas y consultas. La tendencia a la concentración es similar a la del resto de las actividades, lejos de la profecía que auguraba que Internet habilitaría una diversidad de usos y consumos informativos para, de ese modo, democratizar la agenda pública de deliberación (MOM citado en Yornet y Velardita, 2019). Del mismo modo, las últimas mediciones macro, a nivel regional, sobre consumo de noticias, ofrecen datos significativos: la ONG Luminare publicó en septiembre del 2020 que 9 de cada 10 personas, en Argentina, leen semanalmente noticias digitales. Por su parte, el Informe sobre Noticias Digitales en 2020 de la Universidad de Oxford para los cuatro países de América Latina, indica que en Argentina casi nueve de cada diez usuarios se informan online, siete de cada diez lo hacen por redes sociales, principalmente Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram y Twitter (Boczkowski y Mitchelstein, 2020).

A nivel local, abordar estos medios para la construcción de un mapeo implicó la inauguración de una línea de investigación en las ya existentes. Hasta el 2019, los equipos del GEICOM estudiaron el periodismo digital desde la dimensión textual y discursiva (Deguer, 2019), desde sus rutinas de trabajo para las noticias sobre niñez, infancia y adolescencia (Yornet y Lucero, 2017) y desde el *framing* en las noticias de femicidios (Ingrassia, 2019). A casi dos años de comenzar la ejecución del proyecto, resulta desafiante incorporar la dimensión de producción en la construcción del objeto para indagar aspectos de la organización como rutinas productivas, sostenibilidad financiera, producto periodístico, tratamiento de la información y sentidos discursivos.

En la primera parte del estudio combinamos principalmente nociones de la EPCC junto con autores que teorizan sobre comunicación digital desde Estudios Culturales, Ecología de Medios y Semiótica de las hipermediatizaciones para abordar la compleja dimensión. En efecto, desde los lineamientos conceptuales expresados, la EPCC ofrece aportes para estudiar las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, donde se insertan la producción, distribución y consumo de distintos tipos de recursos, entre los que podemos encontrar la comunicación (Del Valle Rojas, Nitrihual-Valdebenito y Ma-

yorga-Rojel, 2012, p.84). Como equipo de investigación, nos motiva lo que detallan los autores Martín Becerra y Soledad López (2009): avanzar en la comprensión del rol de los medios de comunicación en tanto agentes industriales o actores políticamente interesados, cuyos procesos de producción se desarrollan en una relación dinámica con los intereses de las principales fuentes de ingresos (publicidad) y con la lógica lucrativa del sector empresario en el que la industria periodística se asienta, contribuyendo así a la reproducción ideológica de la formación social (p.10).

Si nos adentramos en la sustantividad del objeto, resulta necesario ubicarlo como parte de los procesos de digitalización en las tecnologías de la información y la comunicación. En la literatura, hasta el momento hay muchas formas de nombrarlos: nuevos medios, cibermedios, medios convergentes u *on line*, por decir algunos. En los intentos por delimitar su concepto siempre queda en evidencia la tensión de definirlos en una relación de comparación (incluso hasta de oposición o contrariedad) con los medios de comunicación masiva. En esta última tipología hay acuerdo en llamarlos "tradicionales", entre los que están la prensa, la radio o la televisión, frente a los nuevos, reunidos en virtud de su acceso a través de Internet (Yornet y Velardita, 2019). Desde un punto de partida amplio, pero no por eso menos preciso, Roberto Igarza (2008) los llama *formas culturales* que dependen de componentes digitales físicos para ser almacenadas, distribuidas y representadas, capacidades que están asociadas generalmente a la computadora. Estas capacidades pueden encontrarse en diversos dispositivos de naturaleza informática cuyo aspecto puede diferir del que caracteriza a las computadoras personales (p.11). Agrega tres características básicas, en función de todas las dimensiones de la convergencia: son digitales, es decir, fruto de la digitalización de contenidos y redes; son interactivos, implican una capacidad de comunicación bidireccional muy desarrollada; y están en línea, ofrecen contenidos y servicios que están disponibles desde cualquier lugar en todo momento (pp.173-174).

Por lo tanto, algunos interrogantes que guiaron la primera parte fueron ¿Cuántos medios digitales hay activos hoy en San Juan? ¿Cómo financian su actividad? ¿Cuál es su perfil empresarial? ¿Con qué criterios producen sus contenidos? ¿Quiénes son sus propietarios? ¿Qué profesionales y bajo qué condiciones trabajan en ellos?

### **3. Configuración de la estrategia metodológica**

Pensamos el estudio desde un diseño exploratorio-descriptivo porque en San Juan no hay disponible un mapa completo de medios de comunicación. Desde la fase proyectual, teníamos claro, por la complejidad del objeto, la necesidad de abordarlo con estrategias cuali-cuantitativo para la recolección y el análisis de datos. En este apartado contamos cómo logramos responder el primer objetivo específico que establece identificar y construir un mapa de medios digitales de contenidos periodísticos de San Juan, en sus versiones tradicionales en línea y nativos de la red.

Cuando elaboramos el proyecto, en la segunda mitad del 2019, ideamos el diseño metodológico desde el abordaje integral del objeto. Sin embargo, a casi un mes de comenzar su ejecución, la pandemia de COVID-19, con las medidas de ASPO y DISPO, resultó un imponderable imposible de sortear. Por lo tanto, nos obligó a rediseñar lo propuesto en el documento. Pensamos y armamos la nueva estrategia desde los modos de intercambio y comunicación, fundamentalmente por videollamada y grupos de mensajería móvil (*WhatsApp*). Comprendimos y nos resignamos rápidamente a que el abordaje integral ideado en el comienzo implicaba desagregar en diferentes tiempos las unidades de observación y registro de acuerdo a su disponibilidad, durante la primera mitad del 2020.

En principio, y después de varios debates, acordamos que estudiar medios periodísticos digitales supone distintas unidades de observación: los sitios web en su conjunto, las cuentas de redes sociales, las personas que trabajan en los medios y los contenidos particulares que publican. En la primera parte del trabajo de campo, convenimos comenzar la estrategia cuantitativa, debíamos avanzar en un primer rastreo de cuantificación de medios digitales locales. Cabe destacar que antes de iniciarlo consultamos en algunas instituciones si había un registro previo del cual partir, como el sindicato de prensa, la secretaría provincial de información pública y el consejo de comunicadores de San Juan. Ninguna pudo facilitarnos un inventario, en consecuencia durante el mes de julio y de agosto del 2020, los y las integrantes del equipo tuvimos que hacer búsqueda aleatoria en internet para dar con posibles unidades de análisis. En una indagación elemental, y sin definir exhaustivamente qué es un medio periodístico digital las primeras variables a recolectar en una tabla de excel en línea fueron:

1. Investigador/a responsable de la carga
2. Fecha de carga
3. Denominación/marca del medio
4. URL
5. Domicilio
6. Temático/Generalista
7. Facebook
8. Instagram
9. Twitter
10. Vinculado a emisora radial
11. Vinculado a canal de TV
12. Vinculado a medio impreso

Esa primera búsqueda arrojó un total de 113 medios, armamos también una planilla para indicar "casos dudosos" en los que no sabíamos si se ajustaba a una primera definición amplia de medio. Por ejemplo, para referenciar unidades que no contaban con un sitio web pero sí de redes sociales digitales activas o en el caso de medios radiofónicos aquellos con portal web que contienen solo retransmisor en línea pero no otras clases de contenido.

Una vez concluída esta primera etapa, nos adentramos primero en la ardua tarea de debatir los criterios de selección de las unidades de análisis a través de su unidad de registro. Fue interesante advertir cómo en esa primera indagación identificamos que hay casos que se *autoperceben* como medios periodísticos aun cuando su materialidad no es un sitio web propio sino que está alojado en otras plataformas corporativas. Finalmente, la decisión para el segundo relevamiento, más exhaustivo, implicó tomar como criterios de selección aquellas unidades de análisis que en su materialidad de publicación contaran con un sitio web cuyo dominio sea propio, contenga información de actualidad, de interés general, con tratamiento periodístico y tenga con una frecuencia de actualización de la información dentro de un rango que vaya de lo horario a lo mensual. Por el filtro quedaron 75 medios. A través de la elaboración de un primer borrador de un libro de código terminamos de construir las variables e indicadores de la variable intermedia *Producto* dentro de la compleja *Producción*. Esta última variable compleja comprende además otras intermedias como organización, propiedad y rutinas periodísticas. El formulario fue la herramienta que nos ayudó a registrar lo que percibimos sobre el medio periodístico desde la pantalla. Más tarde, del 24 al 29 de noviembre realizamos una prueba del instrumento de carga. Luego de analizar varias opciones, definimos que la herramienta de formulario de *Google* iba a ser útil por su interfaz conocida por todos y todas en el equipo, para la elaboración automática de la planilla de Excel. En este segundo momento, cada integrante del equipo observó y cargó los datos de hasta dos unidades de registro de distintos municipios. El pilotaje nos ayudó aun más a ajustar y precisar variables e indicadores a tener en cuenta ya que su carga implicó navegar en sitio varias veces previamente a completarlo. El instrumento fue construido en un proceso híbrido. En primer lugar trabajamos deducciones de categorías contempladas en la teoría. Para este momento, el equipo tuvo en cuenta principalmente las variables propuestas por Luis Albornoz (2006) en *Periodismo digital: los grandes diarios en la Red*. En segundo lugar, hubo ajuste inductivo con el seguimiento de una muestra intencional para precisar aquellas que resultaban ambiguas o de poca aplicabilidad a los casos locales. De esta manera, por ejemplo, posterior al pilotaje desestimamos algunas variables intermedias como secciones o suplementos en microblog más característicos de los medios tradicionales. Finalmente, la primera matriz para la carga final de la primera fase cuantitativa quedó de la siguiente manera:

- I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN
  - Nombre del medio
  - URL
  - Fecha de carga
  - Nombre de quien carga
- II. CONTENIDOS INFORMATIVOS
  - II. A. Información noticia

#### Temporalidad

- Frecuencia de actualización. Horaria, diaria, semanal, mensual, más de un mes.

- Últimas noticias/último publicado/Lo más reciente

#### Interactividad

Se registrará por SI o NO si el medio ofrece a lo/as lector/as la posibilidad de publicar comentarios en las noticias.

Se registrará por SI o NO si el medio ofrece a lo/as lector/as la posibilidad de enviar un mail personalizado a redactores de textos periódicos.

Se registrará por SI o NO si el medio ofrece a lo/as lector/as la posibilidad de enviar noticias, fotos o algún tipo de contenido informativo (puede ser o no a través de secciones del tipo de "Periodismo ciudadano" o similares).

#### Multimedialidad

- El sitio publica galerías de fotos como espacio independiente.

- El sitio publica contenidos informativos en formato de audio como espacio independiente.

- El sitio publica contenidos periódicos en formato audiovisual como sección independiente.

#### Destaques

- El sitio informa sobre las noticias más visitadas.

#### Coberturas

El medio ofrece cobertura "en tiempo real"

#### Ampliación de contenidos

El medio ofrece acceso a podcasts.

#### II. B. Información servicio

Buscadores

Guías o directorios

Información meteorológica

Información financiera

Agenda o guía de espectáculos

Cartelera televisiva

Mapa de frecuencias/webs radiales

Información de horarios de transportes

Otro/s servicio/s

#### II. C. Información ocio

Humor

Juegos en línea



Concursos  
Horóscopos  
Otros

II. D. Información institucional

Historia del medio  
Información sobre personas propietarias  
Pertenencia a un grupo mediático  
El medio publica enlaces a otros medios o contenidos identificados como de otro medio  
Información sobre personal con responsabilidad en la edición  
Información para anunciantes  
Nombre de la empresa, institución u organización editora  
Domicilio postal  
Teléfonos/mail de contacto

III. SERVICIOS ON LINE

Contenidos informativos en pdf  
Contenidos informativos en flash u otros formatos  
Ediciones anteriores  
Envío de una noticia por correo  
Compartir una noticia por alguna red social (share)  
Suscripción a un *newsletter*  
Notificaciones o alertas informativas  
Otros

IV. ÁREAS DE PARTICIPACIÓN DE LECTORES EN EL SITIO (no en una nota en particular)

Encuestas  
Posibilidad de participación en entrevistas on line  
Otras

V. CONTENIDOS COMERCIALES

Publicidad comercial  
Publicidad oficial  
Contenidos informativos o de entretenimiento patrocinados  
Avisos fúnebres  
Avisos clasificados  
Promociones que incluyan productos propios y no propios  
Suscripción paga

VI. OBSERVACIONES GENERALES

#### 4. Hacia una estrategia de reflexividad

Como se ha planteado oportunamente, quienes llevamos a cabo este trabajo, somos parte

de un equipo de investigadoras e investigadores de edades y trayectorias en el campo de la investigación completamente diferentes. Sin embargo, lo que nos convoca en esta experiencia particular es primeramente, el interés por hacer investigación pero específicamente la curiosidad y atracción que despierta el objeto de estudio "*medios digitales de San Juan*".

Sintéticamente, nos resulta oportuno mencionar sobre la reflexividad que, si bien se conjugue en una disputa polisémica y no existen acuerdos en sus definiciones ni en las tipologías, es una práctica que se viene consolidando como instancia necesaria en el proceso de la investigación social cuyas estrategias metodológicas mixtas.

Por tanto, consideramos pertinente especificar desde qué perspectiva, operativamente, llevamos adelante el presente ejercicio de reflexividad. Comenzaremos diciendo junto a Santos, Pi Puig y Rausky, que:

... La reflexividad en su sentido más extendido "como forma que habilita a pensar lo que se hace" (Hidalgo, 2006) o en un sentido algo más restringido en tanto "práctica que demanda el análisis en el papel de investigador en el proceso de producción de conocimiento" (Hammersley y Atkinson, 1994) o siguiendo a Bourdieu, bajo una dimensión teórica que comprende un posicionamiento onto-epistemológico específico,... (Santos, Pi Puig y Rausky, 2018, p. 273).

Desde esta mirada según los autores se pueden articular dos dimensiones de la reflexividad, una *teórica* y otra *metódica-técnica*. Es esta última, desde la que desarrollamos el trabajo y

se trata de pensar la aplicación de los recursos de observancia sobre los efectos que articulan la relación entre el investigador y el investigado, que pueden presentarse en el conjunto amplio de decisiones – con distinto grado de complejidad- asociadas al diseño e implementación de la investigación en sus diferentes núcleos decisionales básicos: selección, recolección y análisis. (Santos, Pi Puig y Rausky, 2018, p. 276)

Por ello primeramente, nos detendremos un instante a ensayar nuestra *objetivación participante* quienes, desde la lógica del trabajo en equipo, somos "*las chicas de metodología*". Nosotras funcionamos como "*observadoras y consultoras*" del proceso de definiciones metodológicas durante el diseño del proyecto y luego en el proceso propiamente, tal como lo hemos descrito en el apartado anterior. Aún no hemos definido si nuestros perfiles profesionales y trayectorias de formación nos adjudican tal posición, o si forma parte de nuestro interés particular. Tal vez sea una conjugación de ambas y otras representaciones, propias y ajenas, las que nos han colocado en este lugar y desde allí hemos avanzado en la tarea de ensayar la reflexividad en el proceso de investigación, convencidas de que este puede

verificarse como eficaz en tanto dispositivo que aporta al control, validación y garantía del proceso de construcción de conocimiento (Santos, Pi Puig y Rausky, 2018, 2018).

Seguidamente, con el propósito de conocer *el conjunto amplio de decisiones asociadas a la implementación* del proyecto, además de la observancia de registros del trabajo de campo, las grabaciones de las reuniones de equipo y los resultados de la aplicación del formulario de registro presentado en el apartado anterior, realizamos una entrevista a la directora y vicedirectora del proyecto. Allí pudimos identificar tensiones que se vienen dando entre el diseño del proyecto y su despliegue, como así también en las lógicas o racionalidades con las que se toman las decisiones.

Los emergentes que encontramos a partir del mencionado proceso de revisión y análisis fueron diversos, entre los que podemos mencionar: el interés por investigar asociado a las buenas prácticas docentes, la impronta que las formalidades institucionales instituyen en las formas de diseñar y ejecutar los proyectos, los tiempos que estas formalidades establecen, la relación cotidiana que todos y todas tenemos con el objeto de investigación, la incorporación de nuevas perspectivas teóricas y categorías para organizar y redefinir las estrategias a partir del trabajo de campo, la necesidad de apertura y flexibilidad por parte de quienes dirigen el proyecto, la tensión entre el diseño y el objeto, el lugar residual de la metodología en el imaginario de la mayoría de los y las integrantes del equipo.

Otro emergente que pudimos observar, en el que nos detendremos a profundizar es la incidencia que en las estrategias de trabajo a partir de la cual se organizaron las actividades por las restricciones de la pandemia. La distribución de tareas en subgrupos dentro del equipo, asignándole a cada uno el desarrollo de una de las dimensiones del proyecto condujo a generar *"micro investigaciones"* en las que cada grupo debió cuestionarse de qué manera llevarla adelante. Esto, según observan las entrevistadas, posibilitó que *"lo metodológico"* comenzara a ser un elemento a tener en cuenta en la práctica de investigadores e investigadoras quienes debieron problematizar y diseñar sus propias estrategias: "me ha parecido interesante en este proyecto, no lo he visto en otros, este reparto que ha obligado a la pregunta metodológica, que algunos subequipos la han podido responder, incluso en contra o en una mirada distinta de la que venía marcada desde la dirección del grupo..." (Cecilia, 2021).

Marcando una diferencia significativa con experiencias anteriores en las que los investigadores e investigadoras sólo se remitían a ejecutar tareas de registro o relevamiento, sin tener en cuenta el esquema teórico-metodológico-base empírica en el que se inscribe la práctica investigativa.

También, un entramado entre lo nuevo y lo viejo o lo tradicional en el objeto de investigación fueron sentidos que surgieron de nuestro intento por llevar adelante la reflexividad. En relación a la tensión entre las formas de los medios tradicionales y las nuevas formas que adquieren los medios digitales, nos encontramos con que

"creo hay cosas que más o menos...cuando estamos hablando de medios tradicionales y cómo surgieron estos nuevos medios, creo que hay como una coexistencia, que no es que esté terminado lo viejo y todo funcione con otra dinámica...en realidad lo que hemos visto, en algunos medios de Valle Fértil, Calingasta, Caucete, es que repiten la agenda, la dinámica, la rutina o los modos los tradicionales. O este modo de encarar los contenidos y la fuentes y no están encarnado otro tipo de discurso o contenidos más cercanos a su público...en realidad hay medios que tienen un lenguaje digital, un soporte digital, y están replicando lo otro...porque es lo conocido..." (Norma, 2021).

En este sentido no pudimos dejar de asociar esta particularidad con la propuesta teórica que desde los estudios culturales ha propuesto Raymond Williams, en *Marxismo y Literatura*, donde explicita la dialéctica que se da entre *lo dominante*, *lo residual* y *lo emergente*. en cualquier *proceso verdadero* dentro de una formación social determinada. Nos aventuramos a aseverar que lo que está sucediendo tanto con los medios tradicionales, como con los sistemas teóricos y propuestas metodológicas para abordarlos son parte de lo que el autor concibe como

lo residual, como aquello que ha sido formado efectivamente en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro del proceso cultural, no sólo...como un elemento del pasado, sino como un efectivo elemento del presente. (Williams, p.144)

Mientras que los medios digitales conforman *lo emergente*, es decir *los nuevos significados y valores, las nuevas prácticas y relaciones*; todo ello en relación con la cultura dominante.

### Conclusión

A modo de cierre, el presente trabajo mostró una descripción de la primera parte del proceso metodológico del proyecto del GEICOM que propone construir un mapa de medios digitales de la provincia de San Juan. En relación con el diseño en la fase proyectual hubo cambios significativos en la estrategia a implementar durante la primera parte de la pandemia de COVID-19 por las medidas de ASPO y DISPO. Como consecuencia de este fenómeno tuvo que resignarse ejecutar un abordaje integral para enfocarse solo en el sitio web como unidad de registro para la construcción de una matriz de análisis dentro de la variable compleja *Producción*. Incluimos en esta categoría al sitio como producto y desde él relevar dimensiones en torno a los contenidos informativos, servicios *on line*, participación de lectores y contenidos comerciales.

Para dar con el universo en el relevamiento hubo que ajustar los criterios de selección en torno a qué consideramos un medio periodístico digital ya que no existen hasta el mo-

mento bases de datos previas, ni investigaciones desde la cuales partir a nivel local. Por lo tanto, ese primer barrido fue a través de una búsqueda aleatoria por navegación por buscadores y redes sociales digitales que condujeron a un primer listado de 113 posibles unidades de análisis. Finalmente, una vez aplicados los criterios de selección, el universo se redujo a 75 casos. La recolección total la hicimos posterior a una puesta a prueba del instrumento que nos permitió ajustar variables e indicadores más adaptados a las características que presentaban las unidades locales.

En cuanto a esta experiencia de reflexividad hemos iniciado un camino de aprendizaje de las formas y lógicas desde las cuales se realiza la investigación. Hemos dado los primeros pasos en la observación de nuestras prácticas, explicitando e integrando las estrategias metodológicas al proceso, haciéndolas evidentes y objetivables.

Aún nos queda un recorrido importante, primero en cuanto a las decisiones que vamos asumiendo en la concreción de las estrategias que faltan implementar en el proyecto. Segundo, en relación con los emergentes surgidos en este primer ensayo de reflexividad. Por último, en tercer lugar, consideramos la potencialidad de la generación del dispositivo analítico para la reflexividad dentro del proyecto. Es nuestro propósito que cada integrante haga propio en sus quehaceres el ejercicio reflexivo propio sobre su práctica en su habitus investigativo.

### Referencias bibliográficas

ALBORNOZ, L. (2006). *Periodismo digital: los grandes diarios en la Red* – 1° ed.-Buenos Aires, La Crujía.

BECCERA, M. y López, Soledad (2009). La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el Gobierno y las entidades del campo argentino en 2008. *Revista de Ciencias Sociales* N° 16, Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de [https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1211/02\\_RCS-16\\_dossier1.pdf](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1211/02_RCS-16_dossier1.pdf)

BOCZKOWSKI, P. y Mitchelstein, E. (2020). El consumo de noticias digitales en América Latina. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/america-latina/2020/06/16/el-consumo-de-noticias-digitales-en-america-latina/>

DEGUER, G. (2019). Construcción discursiva de la violencia: Representación y configuración de sentido en los medios gráficos digitales de San Juan durante el periodo 2018-2021. Proyecto CICITCA. Documento inédito.

DEL VALLE-ROJAS, C., Nitrihual-Valdebenito, L., Mayorga-Rojel, A. (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios en: Palabra Clave, vol. 15, núm. 1, pp. 82-106 - Universidad de La Sabana - Bogotá, Colombia- Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563005>

- GUBER, Rosana (2011). *Etnografía: método, campo y reflexividad*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- IGARZA, Roberto (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. 1ª ed. - Buenos Aires, La Crujía.
- INGRASSIA, P. (2019). Género y periodismo. Los temas de agenda y el tratamiento noticioso de la mujer en los medios tradicionales en línea de San Juan. Proyecto CICITCA. Documento inédito.
- NEIMAN, G.; Quaranta, G. (2006). Los estudios de casos en la investigación sociológica. En Vasilachis, I. (coord.). *Estrategias de Investigación Cualitativa* (pp. 213-237). Buenos Aires: Gedisa.
- LUMINATE GROUP (2020). Consumo y pago de noticias digitales: Oportunidades y desafíos del modelo de suscripción en América Latina. Recuperado de <https://luminategroup.com/storage/985/Reporte-Consumo-y-Pago-de-Noticias-Digitales-Regional-%28ES%29---Luminate-2020.pdf>
- PIOVANI, J.I. y Muñiz Terra, L. (2018). Introducción. En Piovani, J.I. y Muñiz Terra, L. (comp). *¿Condenados a la reflexividad? apuntes para repensar el proceso de investigación social*. Buenos Aires, Ediciones Biblos.
- YORNET, C. y Lucero, G. (2017). Rutinas periodísticas y noticias sobre niñez y adolescencia en San Juan. Proyecto CICITCA. Documento inédito.
- YORNET, C. y Velardita, N. (2019). Mapa de medios digitales en San Juan. Nuevos enunciadores del discurso periodístico local desde la Economía Crítica de la Cultura y la Comunicación. Documento inédito.
- WILLIAMS, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Ediciones Península.
- ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. España, Akal.
- (2016). *Tendencias en comunicación*. Cultura digital y poder. Anexo I Las industrias creativas a discusión. Barcelona, Gedisa.