

# Diversidad en medios periodísticos digitales de San Juan

*Propiedad y producción, contenidos y consumos*

**Directora:** Norma Cristina Velardita  
*normavelardita@gmail.com*

**Código SIGEVA:** 80020220100215SJ  
**Código UNSJ:** 21/S1084



# 1. Estado de avance

Con el objetivo general de indagar sobre la diversidad -en sus dimensiones de fuentes, contenidos y consumo- en medios periodísticos digitales de San Juan, Argentina, el proyecto sobre el que aquí se informa avanzó durante 2024 en tareas relacionadas con dos de sus objetivos específicos.

En el periodo bajo informe el equipo de trabajo profundizó en torno al objetivo de **describir, en 12 medios digitales seleccionados, la diversidad de formatos, así como la presencia de grupos sociales definidos en los contenidos periodísticos locales publicados.**

La selección de medios, como se expresó en el anterior informe, respondió, por una parte, a la aplicación de la tipología propuesta por Quiroga y Centeno (2017), que contempla medios nativos digitales, medios digitales multimedios y sitios de apoyo mediático; y por otro lado, a las métricas de consumo semanal, publicadas en Similar Web, de manera de observar publicaciones de los medios más consultados por el público.

Tal como se expuso en el anterior informe de avance, el relevamiento realizado en 2023 se había realizado con buscadores de diferentes navegadores o desde los sitios de los medios, cuando estos presentaban la herramienta de buscador (acceso a ediciones anteriores, por ejemplo). En este sentido, una de las dificultades advertidas fue la imposibilidad de relevar la presencia o no en el cúmulo de noticias de contenido referido a los grupos sociales definidos para su análisis: población LGBTQ+; pueblos indígenas y personas con discapacidad. La aparición o no de contenido respondía, en cada caso, al funcionamiento de los algoritmos de cada sistema en relación a otros parámetros que arrojaban resultados poco confiables y cambiantes.

Con la intención de superar este obstáculo, en 2024 se realizó el relevamiento en sincronía con las publicaciones -vale decir, sin usar buscadores de ningún tipo y tomando las notas el mismo día de su publicación- de

contenido mediático utilizando la técnica de la “semana construida”. De esa manera, entre el 20 de mayo y el 7 de julio de 2024 se observó la publicación de contenido referido a los grupos sociales de interés en los 12 medios enlistados, haciendo este registro un día por semana durante siete semanas (el lunes de la primera semana; el martes de la segunda, y así sucesivamente).

Resuelto de esta manera el relevamiento de la variable de la **presencia** o no de noticias o notas sobre los grupos sociales definidos, los contenidos publicados y registrados fueron estudiados a fin de identificar regularidades en el tratamiento informativo a través de la observación y análisis de la **relevancia informativa** y de los **atributos** presentes en las notas, buscando en este último enfoque encontrar mecanismos específicos de los discursos discriminatorios y de odio.

Los datos obtenidos se pueden sintetizar, a los efectos de este informe de avance, en relación a esas tres variables. Así, en relación a la **presencia**, en los 12 sitios on line de noticias, en el lapso analizado, encontramos un total de 14 notas publicadas que se refieren a los grupos sociales identificados para esta investigación. Entre ellas, 10 correspondieron a contenidos referidos a personas con discapacidad, 4 a personas LGBTQ+, en tanto en las siete semanas no fue publicada ninguna nota en relación a población indígena.

En general, teniendo en cuenta la cantidad de medios y el periodo relevado, puede concluirse que la presencia -entre los contenidos publicados- de estas temáticas es sumamente baja, independientemente de la técnica utilizada para el relevamiento.

Particularmente, para observar la **relevancia informativa**, consideramos que “los medios de comunicación otorgan importancia a los temas a partir de dos factores centrales: la frecuencia de cobertura y la jerarquía

de las informaciones” (Zunino, 2016, p. 127). Para identificar ese aspecto, optamos por tener en cuenta elementos que le asignan importancia visual y de tratamiento a las notas, como son la presencia o ausencia de fotografías, su cantidad, origen (archivo, propias, del hecho), ilustraciones, videos, redes sociales, hipervínculos, extensión y firma de autor.

En relación con la relevancia en el tratamiento de las informaciones registradas en el relevamiento de 2024, la mayoría de las publicaciones tenían una sola fotografía (muchas de ellas eran fotografías de archivo, o bajadas de internet), no contaba con intertítulos, destacados o hipervínculos, no contenía videos, no presentaba redes o recursos embebidos en el interior del texto, como así tampoco presentaban la identificación del autor o autora mediante la firma.

En oportunidad de este relevamiento el equipo definió observar, también, el tratamiento en redes de cada nota. Lo expresado en relación a la jerarquización en las publicaciones puede extenderse al trabajo para redes, en las que se notó muy poco esfuerzo en el uso narrativo e interactivo de estas plataformas. Siguiendo en su clasificación de estrategias en el modo de publicación a Rost (2016), se observó que predominó tanto en Facebook como en Instagram -las dos redes con mayor presencia entre los medios estudiados- el predominio del “volcado”, es decir cuando se replica el mismo contenido del medio en otro medio o plataforma, sin respetar su lenguaje propio. En el mismo sentido, el objetivo de las publicaciones que los medios sanjuaninos hicieron con sus noticias sobre los grupos seleccionados en el periodo analizado fue el de “promoción”, es decir, cuando los mensajes en redes solo buscan publicitar y conducir a contenidos ya publicados, sin añadir contenidos o formatos propios de las redes (Bergero y Rost, 2018).

Para el análisis de los **atributos** con los cuales los medios analizados presentaron las noticias publicadas sobre los grupos de interés en esta investigación, el equipo hizo una selección intencionada de publicaciones de los relevamientos de 2023 y 2024. En cada nota se identificó: tópico principal y secundarios, actores involucrados e incorporados en el texto periodístico, las fuentes consultadas (cantidad y diversidad), el género textual elegido y mecanismos discursivos utilizados en la construcción del artículo.

Entendemos a los tópicos como los “acontecimientos noticiosos que, en función de su convergencia semántica, quedan condensados en una categoría más amplia” (Zunino y Aruguete, 2010, p. 9). En cuanto a los actores, recurrimos a la definición planteada por Koziner: “un sujeto puede adquirir relevancia en las noticias para ser descrito o, incluso, criticado, pero sin que se le brinde la oportunidad de proveer su interpretación de los acontecimientos en los que participa” (2018, p. 103). Por último, las fuentes son aquellos actores o documentos que “mediante la manifestación de declaraciones –directas o indirectas–, estos aportan información en representación de determinados grupos o instituciones y participan, de algún modo, en la construcción de los hechos relatados” (Koziner, 2018, p. 152). Finalmente, las estrategias discursivas a las que se prestó atención, en busca de posibles discriminaciones o señalamientos de odio, fueron definidas, en principio, a partir de las que delimitó el INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo) en el Informe publicado en 2020 por el Observatorio de la Discriminación en Internet. Según este aporte, “los diferentes tipos de discursos de odio utilizan una serie de mecanismos discursivos que sirven para construir una imagen simplificada, exagerada y distorsionada del grupo que es objeto de odio” (INADI, 2020). Esos mecanismos son: la construcción del otro como diferente, mediante la identificación de un grupo determinado (“ellos”) como diferente a un supuesto “nosotros”; la generalización, que elimina las diferencias individuales del grupo y lo asocia a características negativas; los “chivos expiatorios”, como forma de señalar a este grupo como responsable de los males sociales (desempleo, inseguridad, etc.) y la deshumanización, mediante la que los relatos pretenden bloquear la tendencia social a la empatía, negando la humanidad de personas pertenecientes a ciertos grupos.

En relación al relevamiento de noticias referidas a pueblos originarios (PPOO), al no encontrarse noticias en el periodo relevado a través de la técnica de la semana construida, se amplió el criterio de búsqueda para estudiar notas publicadas durante 2024 para lo que se retomó el uso de buscadores, con criterios mejorados en relación al relevamiento de 2023. Se realizó una exploración intencional en buscadores de cada medio con los términos: *Pueblos Originarios / Huarpes / Warpes / Comunidades in-*

*dígenas / Indígena / Ancestral / Pachamama / Nativo / Interculturalidad.* La categorización de las notas se realizó de acuerdo a cuatro ejes temáticos construidos a partir del relevamiento de 2023, que mostró la repetición de ciertos tópicos en relación a los pueblos originarios: Restitución de cuerpos/restos; Estado y PPOO (políticas públicas, etc.); Historias de vida y Reclamos por problemas estructurales (conflictos por tierra/agua, etc). El análisis mostró que la mayoría de los medios toma fuentes oficiales y en algunos casos de representantes de las comunidades, especialmente cuando se trata de entrevistas de personalidad. Las notas son ubicadas en secciones como Provinciales o San Juan y se detectan algunas excepciones como Diario Huarpe, que incluye algunas de estas informaciones en una sección llamada Eco Huarpe, en donde publican notas referidas a la problemática el agua. La mayoría de las notas son del género informativo y en algunos casos, interpretativo. En general, los medios no otorgan gran relevancia a las notas sobre PPOO, si se tiene en cuenta la escasa frecuencia de publicación y los pocos recursos de multimedia en la mayoría de los sitios. Los actores son nombrados como indígenas, pueblos originarios y aborígenes. Las acciones asociadas a ellos son reclamar, denunciar, participar, pedir, solicitar, recibir, decir, entre otras. En cuanto a los mecanismos discursivos, solo en algunas notas fueron halladas la generalización y la construcción de un nosotros/ellos.

El análisis de las noticias publicadas sobre el grupo social de las personas que forman parte de la población LGBTQ+ se realizó sobre publicaciones de 2023 en relación a una explosión en un domicilio en el que resultaron heridas una mujer trans y su pareja, y notas de 2024 relativas a la Fiesta del Sol Gay. No se trata de una selección arbitraria sino de los temas a través de los cuales las personas LGBTQ+ obtienen noticiabilidad en los medios analizados: los hechos policiales o las fiestas o celebraciones.

En el caso de las noticias policiales, se destaca en el desarrollo de la información el uso repetitivo de la palabra “chica” y de la expresión “chica trans”, mientras jamás se habla de mujer trans o persona trans. Sólo se la menciona con su nombre de pila, sin apellido, en tanto a su pareja, varón, se lo menciona con nombre y apellido. En la mayoría de las notas el foco está puesto en el “perfil” de la protagonista desde su condición de persona trans y desde su militancia, no de los hechos en sí (explo-

sión en su domicilio). En ese sentido, las acciones asociadas a su persona están en relación a su vida social y actoral, así como a la militancia por los derechos de las personas LGBTQ+. Se puede marcar la inexistencia de un abordaje interseccional que profundice o cuente la realidad de la comunidad trans o LGBTQ+. El texto muestra, a través de distintas expresiones, una diferenciación entre sociedad sanjuanina y comunidad LGBTQ+, como si esta última no formara parte de la sociedad.

En el caso de los textos referidos a personas con discapacidad, en la semana construida se registraron 10 notas, un número considerablemente mayor en relación con el resto de los grupos sociales antes descriptos. Más allá de este dato, podemos considerar que el tratamiento de esta temática presenta rasgos similares a observados en el 2023, por ejemplo la preponderancia de notas en la sección Policiales, ya sea porque los hechos involucran a una persona con discapacidad como víctima o como victimario. Pudimos observar que en los títulos o en las bajadas, los términos “discapacitado” o “discapacitada” son más utilizados para referirse a estas personas. Al expresarlo de esa manera, y no “persona con discapacidad”, se supone que la discapacidad de esa persona involucra a todo su desempeño, entendiéndose que se encuentra inhabilitada para diferentes tareas, a diferencia de entender que puede presentar algunas limitaciones o condiciones. Es por ello que desde hace varios años, organizaciones nacionales e internacionales, desaconsejan utilizar este término en las producciones mediáticas, una de ellas es la Defensoría del Público, que en 2017 emitió un documento con estas recomendaciones.

Es importante destacar que es en las crónicas policiales donde aparece con mayor frecuencia esta manera de nombrar a las personas con discapacidad, y no así en producciones de otras secciones del mismo medio, en las cuales, es posible inferir que hay más tiempo para la producción del texto. Y también, podría interpretarse que las fuentes son las que indican en gran medida el tenor o el tipo de abordaje en una temática, en este caso, las fuentes consultadas son mayormente la Policía o agentes del Poder Judicial. Otro rasgo, es que los Actores que aparecen mencionados pueden ser las personas con discapacidad, pero en muy pocos casos son las fuentes consultadas de forma directa, en estas notas que suelen hablar “por las personas con discapacidad” sus familiares o allegados.

La mayoría de las imágenes publicadas en este tipo de notas son extraídas de internet y utilizadas a modo ilustrativo, por lo que entendemos que estos medios deciden no realizar su propia producción fotográfica, lo que además implica un menor costo para el medio. En general, hay un escaso desarrollo de la multimedialidad u otros recursos del lenguaje digital, lo que podría enriquecer el discurso.

Para todos los grupos sociales bajo estudio, tanto esta variable -relevancia- como la referida a los atributos, se ve limitada en su expresión (y por lo tanto en su análisis) debido a la pobreza de los textos encontrados. Los contenidos pueden ser clasificados, en su gran mayoría, dentro de los géneros informativos más básicos; son escritos breves, que se limitan a un encabezado y algo de desarrollo, con poca presencia de fuentes identificables y escaso desarrollo de tramas descriptivas, narrativas, conversacionales, menos aún explicativas o argumentativas.

El proyecto objeto de este informe de avance propuso, además, otros dos objetivos específicos, además del descripto en párrafos anteriores. Esos otros objetivos son: **identificar, en medios de comunicación digitales seleccionados de la provincia de San Juan, sus condiciones de propiedad y rutinas para la producción de contenidos; y caracterizar los públicos de los medios digitales seleccionados en relación a su cantidad, origen y preferencias de consumo.** Mientras este último será abordado durante el año 2025, en relación al primero, el aspecto relacionado con las condiciones de propiedad fue expuesto en el Informe de Avance 2023. Específicamente sobre la identificación y análisis de rutinas, se puede informar que durante 2024 se realizó una revisión bibliográfica para actualizar las condiciones en las cuales hoy el periodista o la periodista produce y escribe las notas, con la incorporación intensiva de herramientas tecnológicas, que de acuerdo a lo observado tiende a la mecanización y repetición de abordajes, que muchas veces se alejan de la perspectiva de derechos.

En este sentido, el trabajo periodístico, desde la década de 1990 con la irrupción de internet, la digitalización y mucho más en el actual escenario de convergencia mediática, presenta nuevas prácticas, las cuales se redefinen a partir de los cambios producidos con las tecnologías de la información y la comunicación. Particularmente el uso de herramientas di-

gital, y más recientemente el uso de métricas de audiencias, índices de contenido digital y la inteligencia artificial (tradicional y generativa) en las redacciones de los sitios de noticias, influyó en diversos aspectos en el modo de hacer periodismo.

Las rutinas periodísticas, entendidas como aquellas prácticas marcadas por ciertos patrones que los trabajadores de medios utilizan para realizar su trabajo diario, fueron necesariamente condicionadas por el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Los periodistas debieron aprender nuevas habilidades, incorporar nuevas herramientas, en este caso digitales, para que su producto sea más visible y leído por el público. En este contexto, la implementación de herramientas de análisis algorítmico permitió a los medios conocer con mayor profundidad las preferencias del público, contar con datos segmentados de las audiencias, y de esa manera, incidir en la producción periodística en función de esos intereses (Boczkowski, 2006; Mancini, 2011; Becerra y Beltrán, 2014). En este sentido, Retegui (2020) considera que

hoy es cada vez más complejo permanecer distante a lo que el público consume. Las industrias periodísticas atraviesan un proceso de cambios en el tamaño, composición y rasgos físicos de sus redacciones, transformaciones en el modelo de negocio, en la organización de los procesos productivos y rutinas de trabajo y en la forma de sentir y transitar la profesión. (p. 46)

En relación a los cambios que se observan en las redacciones de medios digitales, en cuanto al uso de sistemas de analítica como Google Analytics, incorporación de indicadores de contenido digital o la utilización de sistemas como SEO (optimización del trabajo para los buscadores), la investigación sobre medios digitales sanjuaninos realizada anteriormente por este equipo, durante el 2020, señala que el 68% de los y las periodistas de los medios digitales consultados reconoce utilizar un software para el seguimiento del tráfico web, un 12% no lo hace, y el resto indicó que no lo sabe. Además, la mayoría identificó la aplicación Google Analytics como la herramienta de analítica elegida para poder hacer ese seguimiento (Yornet, *et al.*, 2022).

En ese sentido, es que en la etapa de entrevistas a los trabajadores y trabajadoras de los medios seleccionados, y teniendo en cuenta lo hallado

en los contenidos, indagaremos cuánto influye en la selección de temáticas, actores y fuentes la incidencia de las herramientas informáticas, teniendo en cuenta que el seguimiento de métricas e indicadores de contenido digital, es una de las principales formas de los diarios de medir la “efectividad” de las notas.

El diseño del cuestionario que se utilizará para entrevistar a los periodistas y editores indagará principalmente sobre cómo se conforma la planta de personal, cómo es la organización del trabajo, las fuentes de información y los criterios de noticiabilidad utilizados al momento de seleccionar los contenidos, referidos a los tópicos establecidos, y cómo son los mecanismos que se realizan para el tratamiento periodístico. Se tendrá especial atención en el uso de herramientas digitales de medición y algorítmicas, y cómo ejercen influencia en los criterios de noticiabilidad.

La selección de los y las entrevistados contendrá periodistas de distintos géneros, edades y con distintas tareas y/o responsabilidades en los medios que trabajan (redactores, editores, etc.). La selección se obtendrá a partir de contactos iniciales, los cuales mediante una consulta previa manifiesten alguna aplicación de estas tecnologías, y a partir de ellos se iniciará el proceso denominado “bola de nieve” como técnica cualitativa, en la que los primeros contactos recomendarán a otros y otras periodistas para su participación.

Un criterio para la selección de los y las periodistas será que sean autores y autoras de los textos analizados en la etapa previa, de los medios estudiados, cuando ese dato este explicitado en la publicación.

Esta herramienta nos permitirá establecer relaciones para la comprensión del proceso que se estudia, es decir, cómo los periodistas y las periodistas se posicionan ante el abordaje de ciertos temas, y cuáles son las interacciones con diferentes actores como las fuentes, y los factores que inciden a la hora de tomar decisiones para escribir y editar una noticia. A partir del contacto directo con los y las periodistas, solicitaremos que cada medio nos proporcione las métricas sobre el público y su composición, para de esta manera responder sobre el último objetivo que es caracterizar los públicos de los medios digitales seleccionados en relación a su cantidad, origen y preferencias de consumo.

## 2. Dificultades encontradas en el desarrollo

No se han detectado dificultades de importancia en el lapso informado.

### 3. Otras consideraciones

Durante su segundo año de desarrollo este proyecto contó con el trabajo activo y el aporte de dos adscriptas alumnas y una adscripta graduada. Una de ellas, Paloma Gacía, en el transcurso ha obtenido una beca Alumna Avanzada CICITCA. Por otro lado, han participado activamente en jornadas y encuentros académicos.

### Referencias

- Bergero, F. y Rost, A. (2018). Las redes sociales de los medios nor patagónicos: del flujo de tráfico a la producción nativa. Enacom 2018. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Olavarría, septiembre.
- INADI (2020) Informe Anual Observatorio de la Discriminación en Internet
- Koziner, N. (2018). Periodistas y fuentes en la prensa argentina. Revisión teórica a partir de un caso empírico. Revista mexicana de opinión pública, (24), 147-167.
- Quiroga Gil, M. y Centeno, M. (2017). Mapa de medios digitales de la provincia de San Luis. Sección Académica Argonautas, 7(9), 1-10.
- Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: Un estudio en el interior de una sala de redacción. Austral Comunicación, 9(1), 45-67. <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901>.
- Rost, A.; Bernardi, T. y Bergero, F. (Eds.). (2016). Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia. General Roca: Publifadecs. Recuperado en: <http://medialabpatagonia.org/blog/2017/03/08/periodismo-transme-dia-la-narracion-distribuida-de-la-noticia/>
- Yornet, C., Velardita, N., Borcosque, F. y Amín, R. (2022) Mapa del sector periodístico digital de San Juan, Argentina: características y tipología de medios; organización, propiedad, financiamiento y rutinas de trabajo. Universidad Nacional de San Juan (UNSJ). Facultad de Ciencias Sociales. Ponencia publicada en las Memorias del XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)
- Zunino, E., y Aruguete, N. (2010). La cobertura mediática del conflicto campo-gobierno. Un estudio de caso. Global Media Journal, 7 (14), 1-23.
- Zunino, E. (2016). La relevancia de las noticias en la prensa gráfica: Una reflexión teórica metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino. Comunicación y sociedad, (25), 127-156.