

Culturas mediáticas en escenarios de convergencia

Narrativas y usos sociotécnicos de las tecnologías de la comunicación digital

*Estudio de caso de procesos de producción de contenidos para medios
en San Juan, Argentina, periodo 2023-2024*

Directora: María Cecilia Vila
ceciliavila08@gmail.com

Código SIGEVA: 80020220300025SJ
Código UNSJ:



1. Estado de avance

El proyecto tiene como **objetivo general** *comprender los procesos de producción de contenidos para medios, en escenarios de convergencia tecnológica, desde el enfoque de la cultura mediática, en San Juan, durante el periodo 2023-2024*. En el presente informe, describimos las tareas y actividades realizadas en el segundo año de ejecución del proyecto de acuerdo al plan de trabajo propuesto. Asimismo, señalamos consideraciones y resultados parciales a los que vamos arribando.

Para dar cumplimiento al **primer objetivo específico** que consiste en *identificar los usos socio-técnicos, en su dimensión de diseño de artefactos, de las tecnologías de la comunicación analógico-digital utilizadas en los procesos de producción de contenidos para medios elegidos en el estudio de caso*, realizamos las siguientes tareas:

- Avanzamos en **lecturas de nuevos corpus bibliográficos** para los marcos interpretativos del proyecto. En la nueva bibliografía hemos tenido en cuenta los aportes de *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida* de Flavia Costa (2021); *Capitalismo de las plataformas*, de Nick Srnicek (2018); *Una geología de los medios*, de Jussi Parikka (2021), *Nanofundios, crítica de la cultura algorítmica*, de Agustín Berti (2022); *Plataformas. Una introducción: la cosa, el caos, humanos y flujos*, de Mariano Zukerfeld y Guillermina Yansen (2020), *La tecnología en general, las digitales en particular. Vida, milagros y familia de la “Ley de Moore”*, de Mariano Zuckerfeld (2020); *Una mecánica metodológica para el análisis de las mediatizaciones*, de José Luis Fernández (2023).
- A nivel teórico construimos una **matriz conceptual** que contiene una sistematización de definiciones clave para la investigación con el aporte de diferentes autores tomados en el marco teórico. Esa matriz está siempre disponible en los documentos compartidos del equipo. En lo posible tratamos de que no permanezca estática sino

que a medida que vamos realizando nuevas lecturas completamos e incluso agregamos nuevos núcleos teóricos. Algunos conceptos volcados son comunicación y culturas mediáticas, tecnologías sociales, medios, plataformas, cultura de la convergencia, narraciones, audiencias, sostenibilidad, entre otros.

En relación al **segundo objetivo particular** que establece *interpretar las narrativas de los procesos de producción contenidos para medios, con sus contextos, enunciadores y audiencias, en el recorte témporo-espacial mencionado*, avanzamos a nivel metodológico. Para poder llevar adelante esto, hicimos lecturas grupales sobre aproximaciones a la etnografía digital. En este sentido el aporte de Miguel del Fresno (2017) con el libro *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social on line* fue de gran ayuda para pensar y reflexionar sobre una **observación participante en las plataformas digitales** en las que se alojan y construyen los procesos de producción de contenido seleccionados en el proyecto. Esto nos permitió elaborar una rejilla de observación como primer instrumento para abordar los contenidos en línea de los casos de estudios. Para ello, tomamos como unidad de observación publicaciones en los perfiles de las plataformas y en algunos casos fragmentos de los materiales, según una franja horaria, cuando el material se emite en directo en una lógica de flujo dentro del dispositivo (aplicado para transmisiones en vivo o de tipo *streaming*). Las principales variables a considerar con esta ficha están en relación con el registro de indicadores en torno a:

- **la narrativa:** temas de los posteos, su lenguaje en tanto recursos simbólicos usados y el formato;
- **las audiencias:** habilitación de comentarios en la plataforma, incentivo a la participación del público, comentarios de los seguidores;

- convergencia: repetición o adaptación del contenido en otras plataformas;
- sostenibilidad: presencia de promoción del posteo mediante publicidad en la plataforma, promoción o venta de productos o servicios integrado al contenido.

El segundo instrumento que elaboramos para el trabajo de campo es una guía para **entrevista cualitativa a informantes clave** de los casos de estudio. Ideamos que la aplicación de la técnica contemple tres grandes momentos: apertura, preguntas para la conversación y cierre. Dentro del segundo momento, agrupamos las preguntas según las siguientes ejes temáticos desagregados del marco teórico:

- Persona y perfil
- Relación con medios de comunicación y consumos culturales
- Formas de Producción
- Tecnologías para la producción
- Narraciones en las producciones
- Sostenibilidad de la producción
- Representaciones de las audiencias

Cabe reiterar que buena parte de ese campo tiene una materialidad digital, lo que implica re-pensar y reflexionar la estrategia metodológica en la aplicación de las técnicas y la configuración de los instrumentos, como por ejemplo las observaciones (participantes o no) en un primer momento para la exploración y en una segunda fase para un trabajo de campo más sistematizado. Recordamos que los contenidos en estas plataformas son de producción continua en tiempos más breves, en comparación con medios de comunicación analógicos o tradicionales.

Como compartimos en el anterior informe, trabajamos con una muestra intencional mediante una selección de casos de estudios obtenidos del sondeo de la primera exploración. En una primera clasificación, los organizamos en las siguientes categorías: 1) No ficción y periodismo; 2) Cultu-

rales juveniles locales del *K-Pop*; 3) Juegos en red, 4) Info-entretenimiento *streaming*; 5) *Influencers* locales. Durante el segundo año hemos podido avanzar en el trabajo de campo con unidades de análisis que responden a las categorías 1, 4 y 5 tanto con observación como con entrevistas cualitativas. Hasta el momento los casos de estudios abordados son:

- Xama TV de la Universidad Nacional de San Juan (observación y entrevista)
- Canal de *streaming* Como! (observación y entrevista)
- Canal de *streaming* Novi (observación y entrevista)
- Diario Móvil Digital (plataformas audiovisuales como Tik Tok) (observación y entrevista)
- Influencer juvenil Vachi Ruiz (observación y entrevista)
- Periodista de internacionales Melisa Trad (solo observación, entrevista confirmada pendiente de realizar)
- Grupo de K-Pop Shadows (solo observación, entrevista confirmada pendiente de realizar)

Con respecto al **tercer objetivo particular**, *interpretar y categorizar los lenguajes, con sus géneros y estilos, de las narrativas seleccionadas de los procesos de producción de contenidos para medios*, esperamos terminar de cumplirlo al finalizar el tercer año del proyecto. Durante el segundo año, el propósito fue realizar seguimientos más exhaustivos para alcanzar interpretaciones más profundas y arribar a consideraciones también generales sobre los usos socio-técnicos en convergencias y divergencias.

A modo de síntesis algunos de los resultados parciales a los que vamos arribando después del trabajo de campo están en relación con la diversidad de propuestas temáticas en las producciones que parten de estructuras narrativas más generales. En el caso de los canales de *streaming* hay regularidades en mantener el tipo de enunciación más dialógica entre conductores y con sus entrevistados. Quienes llevan adelante la producción y dirección de los canales que tomamos como caso de estudio son personas jóvenes (entre 20 y 30 años) con un gran interés en los medios de comunicación. Tienen experiencia en medios tradicionales y ha-

cen seguimiento de otras propuestas, a nivel federal, de formatos en *stream*. Orientan su contenido al entretenimiento principalmente, pero buscan matices con abordajes más periodísticos, sobre todo en el caso Novistream (dirigido por Federico Mattar). El modelo de negocio o sostenibilidad está aún en construcción, en el último tiempo oscilan entre la búsqueda de auspiciantes y la venta de espacio a otros actores que quieran crear contenidos y que permita mantener los equipamientos y a futuro ser una fuente de trabajo.

Dentro de los casos de estudio en la categoría info-entretenimiento *streaming* tomamos el canal Como!. Esta experiencia local de stream, fue creada en 2022 por iniciativa del joven periodista y creador de contenido Faustino Concha Moyano. La singularidad de este caso radica en que el canal en menos de dos años ya tiene una propuesta de programación semanal (seis programas), estudio propio, transmisiones itinerantes, streams de larga duración, presencia en redes y en diversas plataformas y la construcción de una marca reconocible a nivel local. A partir de las entrevistas cualitativas y la observación logramos destacar varios puntos particulares de este tipo de producción. En principio, podemos resaltar la multiplicidad de roles y tareas: una persona puede producir el contenido, comunicarlo y operar la técnica de transmisión. También notamos, en relación a las tecnologías, la capacidad autodidacta y el aprendizaje intuitivo y entre pares para editar, *streamear*, operar, etc. En relación a los contenidos como principales características están la informalidad en el contenido y el tono, la búsqueda del entretenimiento, viralización y sinergia a través del “clipeo” o recorte para redes. Es dable agregar la tendencia a emular estéticas y contenidos de los canales nacionales de mayor trascendencia. Respecto a las audiencias, podemos evidenciar que el público que consume este canal es mayoritariamente femenino y pertenecen la franja etárea joven y joven adulto (17 a 32 años). También podemos ver algunas huellas de los medios tradicionales en diversas formas. A pesar de la ausencia de pauta publicitaria tradicional hay un intento de réplica de plan de negocios y sostenibilidad a través de venta de espacios. La influencia de prácticas familiares de consumo de medios tradicionales por parte de los creadores y participantes del canal es una característica muy destacable.

Dentro de los casos catalogados como de periodismo o no ficción, indagamos con más profundidad hasta el momento la cuenta en la plataforma del Diario Móvil, un medio periodístico desde su origen en formato digital y Xama TV, de la Universidad Nacional de San Juan. También encontramos en ambos casos que la producción para estas plataformas está a cargo de personas formadas en realización audiovisual, comunicación social y de redes digitales. En las personas a cargo de diseñar este material tiene su relevancia la influencia de prácticas familiares de consumo de medios tradicionales. A nivel narrativo, por ejemplo en Diario Móvil, el lenguaje escrito sigue siendo vertebral en la producción de contenido, incluso cuando se trata de lo audiovisual. Además, identificamos que hay una redefinición del tono de la información para lograr contenidos más “informales”, “relajados”, pero siempre dentro de ciertos parámetros. Esto último está en consonancia con el tipo de enunciación que propone la plataforma, más orientada al entretenimiento, hay una adaptación a esta variación estilística aunque el enunciador sea un medio periodístico. Por lo tanto, hay contenidos que apelan a lo emocional para promover la participación de la audiencia. En relación al dispositivo tecnológico, hay uso del celular como dispositivo para grabar y editar contenido. Mientras que en el caso de Xama TV, desde una estructura de canal de televisión, trabajan con diferentes tecnologías. En sus plataformas vemos que tiende cada vez más a diversificar el tipo de material para sus redes sociales digitales. Al comienzo del proyecto, veíamos que predominaba una lógica de adaptar con fragmentos tipo ‘clip’ el contenido emitido en la transmisión televisiva. Esto continua, sin embargo desde el área de Comunicación Digital de la institución han podido proponer material solo para las redes orientado a campañas, conmemoración de efemérides y videos de promoción de la programación.

Hasta el momento, en el único caso indagado de *influencer* hallamos la construcción de una narrativa basada en el perfil y los gustos personales de una persona joven. Uno de los aspectos que más llamó la atención del caso es el abordaje del diseño de este contenido en el cruce con el modelo de negocio que propone para promocionar marcas de productos y servicios que tienen al enunciador como protagonista. En el caso de estudio, quien oficia de *influencer* ofrece diferentes formatos a las em-

presas e instituciones para esa promoción, algunas de ellas se dan en formato de ‘canje’ (intercambio entre el diseño del contenido y el acceso personal al producto). Su alcance ha llegado a algunas marcas de distribución nacional, las que predominan son locales. En relación a las plataformas, vemos que utiliza más de una y adapta contenidos, sobre todo en la duración del tiempo, a una y otra. Aunque la de más productividad es la que más seguidores tiene (en este caso Instagram).

Por otro lado, para este año, esperamos seguir con la finalización de la construcción de categorías de análisis que permitan un mapeo más situado de las especificidades de los casos de estudio, según nuestras dimensiones de análisis. Asimismo, continuamos explorando posibles nuevos casos de incorporar en la muestra por el interés que puedan presentar. Los que más nos han llamado la atención están vinculados a medios tradicionales que fortalecen sus apuestas de emplazamientos de contenidos en plataformas, por ejemplo el caso de grupo Telesol y el diario Tiempo de San Juan y su nueva propuesta de programación en *streaming*.

2. Dificultades encontradas en el desarrollo

La principal dificultad durante este segundo año ha sido el encarecimiento de los costos en torno a la adquisición de nueva bibliografía, el acceso a objetos informáticos como unidades de almacenamiento portátil y las acreditaciones a congresos y jornadas nacionales e internacionales para participar como expositores. A pesar de ello, hemos podido adquirir algunos libros y participar principalmente en instancias académicas y de divulgación científica a nivel local. En menor medida, asistimos a jornadas y congresos de alcance nacional e internacional de forma remota y presencial.

3. Otras consideraciones

Desde el proyecto realizamos durante el segundo año **actividades de extensión y transferencia** de importancia para el equipo porque nos permitieron problematizar las temáticas del proyecto mediante puestas en común con otros actores de la comunidad académica.

Una de las actividades se denominó *Crossover. Experimentaciones en periodismo*, durante junio del 2024, en articulación con la Agencia de Noticias El Catalejo, de la Facultad de Ciencias Sociales. La propuesta fue un proyecto de extensión que involucró la realización de paneles de debate y contenidos audiovisuales enmarcadas en el Día del Periodista. La producción implicó un trabajo de coordinación entre estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social y tuvo como resultado tres (3) audiovisuales que trabajaron los siguientes ejes temáticos:

- **Periodismo y trabajo:** una mesa redonda, realizada en el Salón de Actos de la Facultad de Ciencias Sociales, con periodistas locales para debatir sobre rutinas productivas, condiciones laborales y salud mental.
- **Periodismo y plataformas:** una entrevista con un diseñador de producto de un medio de alcance nacional, realizada en el Salón de Actos de la Facultad de Ciencias Sociales, para hablar sobre uso de dos o más plataformas y generación de contenido digital.
- **Audiencias en el periodismo:** un video reacción de dos estudiantes viendo contenido periodístico por década hasta llegar al 2020. Fue realizado en el Observatorio de Realidad Virtual y Aumentada (ORVA), situado en la Facultad de Ciencias Sociales.

Además de alojar el contenido en el perfil de la agencia en Youtube, Xama TV lo incluyó en su programación del segundo cuatrimestre del año, por

lo que fue emitido en la grilla de ese canal.

Por otro lado, hicimos experiencias de diseño de contenidos en la cuenta de Instagram que tenemos (@grupo.fandom) sobre temas abordados en el proyecto. Algunas tuvieron que ver con acontecimientos relacionados a la cultura *pop* (como videojuegos o conciertos masivos). Otro contenido fue sobre nociones de tecnología social aportadas por el británico Raymond Williams (2011) en su clásico libro *Televisión. Tecnología y forma cultural*.

En este segundo año, durante octubre y noviembre del 2024, también realizamos, en el marco de la beca de investigación interna de la alumna avanzada Oriana Godoy (convocatoria 2023) un ciclo de visualización grupal de la serie de Disney+ *Wandavision*. En estos encuentros participaron docentes, estudiantes y público en general interesado en la temática. En cada cita semanal, los asistentes vieron dos (2) capítulos que comentaban al finalizar la emisión. Esto generó varios intercambios sobre tópicos como el audiovisual serial, la cultura *mainstream* generada a través de las grandes productoras cinematográficas como Marvel, la interdiscursividad e intertextualidad entre géneros que vienen de la historieta y del cine y su pasaje a otras narrativas, entre otros.

En cuanto a la promoción de la **formación en investigación** de becarios, durante la convocatoria a Becas Internas CICITCA UNSJ del 2024, por nuestro proyecto postularon tres (3) estudiantes avanzados y un (2) graduado. Obtuvieron por orden de mérito la beca las siguientes propuestas:

- Leandro Porcel, Lic. en Comunicación Social, obtuvo la beca en categoría Iniciación en la investigación con el proyecto: *El campo laboral en plataformas: usos y apropiaciones de estudiantes trabajadores de la Licenciatura en Comunicación Social en el marco de la cultura digital*. Es dirigido por Luis Tomas, integrante docente

de este proyecto.

- Renata Romero, estudiante de la Lic. en Comunicación Social, obtuvo la beca en categoría alumno avanzado, con el proyecto: *Análisis de las plataformas digitales de música: la relación entre las lógicas de producción y promoción de Spotify y la creación del producto digital*. Es dirigida por Fabricio Pérez, integrante docente de este proyecto.
- Paloma García, estudiante de la Lic. en Comunicación Social, obtuvo la beca en categoría alumno avanzado, con el proyecto: *Periodismo y convergencia cultural: procesos de producción de narrativas en medios digitales cooperativos en la plataforma Instagram, periodo 2025*. Es dirigida por María Cecilia Vila, integrante docente de este proyecto.
- Guadalupe Quiles, estudiante de la Lic. en Comunicación Social, obtuvo la beca en categoría alumno avanzado, con el proyecto: *¿Qué es ser influencer? Estudio sobre los sentidos que producen y reproducen las y los influencers en la provincia de San Juan en Instagram durante 2025*. Es dirigida por Luis Tomas. A su vez, este proyecto es parte de la tesis de licenciatura, cuyo trabajo está codirigido por Milagros Fornés, también integrante docente del proyecto.

Paralelamente, algunos adscriptos estudiantes han enmarcado sus proyectos de tesis en el eje temático que abordamos.

- Julieta Ozdoba, estudiante de la Lic. en Comunicación Social, lleva adelante la propuesta *La Argentina en Minecraft: interdiscursividad mediatizada en la construcción de sentidos de la comunidad virtual Build The Earth Argentina durante 2025*. Es dirigida por María Cecilia Vila.
- Celeste Pergomet, estudiante de la Lic. en Comunicación Social, lleva adelante la propuesta *Fandom político, cultura participativa y construcción de identidades. El caso del Partido Liberal San Juan en*

el año 2025. Es dirigida por Luis Tomas.

Asimismo, en cuanto a la formación en investigación, durante el segundo periodo del proyecto se adscribieron dos (2) graduados de la Licenciatura en Comunicación Social.

También nos interesa destacar que docentes integrantes del proyecto han participado de **instancias de capacitación** a través de cursos y prácticas de formación vinculadas a las temáticas del proyecto de investigación:

- Noelia Escales realizó el curso de posgrado Inteligencia Artificial Generativa en la Educomunicación, dictado en el marco de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario. El mismo estuvo a cargo del Dr. Fernando Bordignon y se desarrolló a lo largo de cuatro clases, en modalidad a distancia.
- Luis Tomas fue capacitador en un curso sobre Narrativas Transmedia a través de un curso de la Secretaría de Extensión de la UNSJ. Además, fue seleccionado por CLACSO por la producción del documental audiovisual sobre el Bosque de la Memoria. También fue docente en 2023 y 2024, en la Diplomatura de Extensión sobre Plataformas y contenidos digitales, en las asignaturas de Gestión de Redes Sociales y Enfoques de la Comunicación Digital de la Facultad de Ciencias Sociales.
- Fabricio Pérez durante la primera mitad del 2024 llevó adelante el desarrollo del simulador de realidad virtual “Inclusión” co-gestionado entre el Observatorio de Realidad Virtual y Aumentada (ORVA - UNSJ) y la empresa Interbrain. El desarrollo constó de capacitaciones y consultas semanales sobre guión transmedia, modelado 3D, pruebas de simulación y manuales de uso. También formó parte como disertante del ciclo de conferencias nacionales “Encuentro 4.0 Innovación y Tecnología” de TELECOM durante junio de 2024.
- María Cecilia Vila durante el 2024 se capacitó sobre etnografía digital con el equipo del Observatorio Interuniversitario de Sociedad Tecnología y Educación (OIESTE), dependiente de la UNPAZ, UNSAM y la UNIPE, a través de la conformación de

un equipo que lleva adelante un estudio sobre los saberes tecnosociales de estudiantes universitarios de esas instituciones. También asistió a los encuentros en línea sincrónicos del Ciclo Prácticas de investigación e Inteligencia Artificial organizado por Equipo de cátedra Técnicas de Estudio y Comprensión de Textos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC).

Por último, para cerrar el informe, en cuanto a actividades de extensión estamos planificando un cronograma de encuentros que contemplen convocatorias a visualizaciones grupales de contenidos, una Noche de Power Point (como fue en el año 2023). Del mismo modo, pretendemos realizar más publicaciones en la red social Instagram con resultados del proyecto de investigación y de los estudios realizados por los becarios, otras nociones conceptuales que trabajamos. También, están previstas instancias de intercambio tipo paneles o talleres con actores de los casos de estudio tomados en esta investigación.