



Mapa de medios digitales de la provincia de San Luis

A map of the digital media in the province of San Luis

Quiroga Gil, Mariela (maquirogagil@gmail.com), Centeno, Matías¹ (matiascto@gmail.com) Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de san Luis. (Argentina).

Resumen

A siete años del primer Mapa de Medios de la Provincia de San Luis, el equipo de investigadores del PROIPRO 04-0516 “Periodismo Digital en San Luis: orígenes, trayectorias, estrategias y desafíos” de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) junto a un grupo de más de 20 colaboradores de distintos puntos geográficos de San Luis ha podido seguir y monitorear el desarrollo de los medios de comunicación en la Provincia tanto de los medios tradicionales (radio, televisión, publicaciones gráficas) como así también de los medios digitales.

En 2010, el primer estudio de mapeo de medios de comunicación en San Luis registraba 176 medios del mundo online y offline. Hoy, según los estudios realizados en el primer trimestre del año 2016 esta cifra creció considerablemente, casi duplicándose. Pero no solo por el crecimiento de los medios digitales sino también por la apertura de medios tradicionales como radios y canales de cable y publicaciones gráficas.

El criterio de búsqueda y compendio de la información obtenida pretende ser un punto de referencia para los profesionales de la comunicación no solo de la Provincia sino también de la región y del país. La intención es entender y, por todo, contextualizar los distintos medios de comunicación en la provincia en el mundo online como así también la pluralidad de voces, de palabras y de agendas mediáticas que se construyen desde este territorio sanluiseño para la galaxia digital

El Mapa de Medios Digitales de la Provincia de San Luis está en etapa de corrección final y pruebas de diseño para gestionar en breve el ISBN.

Palabras claves: Mapa – Medios – Periodismo – Digital - San Luis

Abstract

The team of the research project PROIPRO 04-0516 “Digital journalism in San Luis: origins, pathways, strategies and challenges” of the Facultad de Ciencias Humanas at the National University of San Luis together with a group of more than 20 collaborators from different geographical sites of San Luis has been able to follow and monitor the development of the mass media in the province, either traditional media (radio, television, print publications) or digital media. In 2010, the first mapping of mass media in San Luis recorded 176 online and offline world media. Today, according to the studies carried out in the first semester of 2016, this figure grew considerably, almost doubling



the number, as a consequence of the digital media growth and also because of the opening of new traditional media such as radios, cable channels and printed publications. The data collected attempts to be a reference point for the communication professionals of the province, the region and the whole country. The aim is to understand and contextualize the different province mass media in the online world and to show the plurality of voices, words and media agencies that are built in this provincial territory for the digital galaxy. The Digital Media map of the province of San Luis is under final correction and design tests in order to obtain the ISBN soon.

Keywords: map – media – journalism – digital – San Luis

El contexto provincial

El nuevo Periodismo, el periodismo digital asociado a las nuevas tecnologías genera una forma diferente de ejercer la profesión. En este contexto, periodistas, investigadores y académicos sostienen que el mundo de la información ha sufrido una transformación radical. Aparecen reflexiones sobre las formas en las que se genera, circula y es consumida la información: para Dessein y Roitberg (2014) esas formas “están cambiando aceleradamente. La expansión de internet, la participación ciudadana y la proliferación de sofisticados dispositivos electrónicos obligan al periodismo a reinventarse para seguir cumpliendo su misión”.

“El efecto de las tecnologías digitales en el periodismo - sostiene Franco (2009) - se manifiesta, principalmente, en tres vertientes: la dinámica de la construcción de la noticia o información; el ejercicio profesional, que remite al tema de las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno (la capacitación), y la situación de los medios tradicionales”.

En una clara definición Salaverría (2006) indica que es la modalidad del periodismo que tiene a Internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general. Es decir, es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. Esta nueva especialidad tiene a catedráticos, investigadores y profesionales del periodismo de todo el mundo repensando prácticas, desarrollando nuevas tesis e investigando lo que ocurre en los medios tradicionales y los digitales.

El siglo XXI trajo aparejado cambios y decisiones tanto para las personas como para los países. El Estado de la provincia de San Luis encaró diferentes políticas públicas para responder a estos cambios. Si bien, en los últimos veinte años, las diferentes gestiones del Gobierno provincial contemplaron distintas políticas públicas vinculadas a la sociedad del conocimiento, ha sido clave la Ley del acceso gratuito a internet.

"Internet es la estructura social más democrática y participativa de las nuevas tecnologías, que garantiza la libertad de expresión, pensamiento, de conciencia y religión", consta en los argumentos de la iniciativa del Gobierno de San Luis para



convocar al referéndum que permitiera la enmienda constitucional para incluir el derecho a la inclusión digital en 2011. Esta decisión está sustentada en una política pública anterior que definió San Luis en 1999, vinculada a una agenda digital.

Desde el año 1998, la provincia de San Luis comenzó a transitar un camino de digitalización y acceso a las nuevas tecnologías. En el año 2003, la Provincia inauguró la Autopista de la Información, una red de fibra óptica, que lleva internet a todas las localidades con más de 20 habitantes y conecta a organismos estatales, como comisarías, escuelas, centros de salud y oficinas administrativas.

Luego, en 2008 la conectividad se distribuyó en veinticuatro localidades, con el sistema de Wi-Fi gratuito. A partir del 2009, la conectividad inalámbrica se extendió a toda la provincia. Para el 2011, la penetración de Internet en San Luis superó el 90%.

En la provincia de San Luis, el acceso a la red por parte de periodistas y público potenció la aparición de medios periodísticos digitales. La infraestructura tecnológica y la facilidad de acceso a la conectividad, que en San Luis está garantizada constitucionalmente, propiciaron el desarrollo masivo de nuevos y variados productos periodísticos en formato digital.

En San Luis, en el año 2010, la Cámara de Senadores sancionó la Ley de Acceso a Internet, que garantiza la gratuidad de la conectividad en todo el territorio. Fue la primera provincia argentina que votó una ley de este tipo.

El Gobierno de San Luis asegura que, para hacer efectiva la Ley, cuenta con la "infraestructura de la Autopista de la Información", que consiste en una serie de antenas que brindan Wi Fi en los distintos departamentos y localidades.

Cinco años antes a la sanción de esta Ley, el Gobierno de San Luis estableció políticas públicas de acceso de la población a las herramientas digitales. Además de las antenas con Wi-Fi, entrega de computadoras a los estudiantes de las escuelas (de gestión pública y privada), como así también planes para la compra de equipos a bajo precio y con financiación.

Así, en 2011, a través de una enmienda constitucional fue incorporada a la Carta Magna provincial **el derecho a la inclusión social, digital** y también el reconocimiento a las culturas originarias.

En este contexto, los medios de comunicación comenzaron a incursionar en la red y a dar los primeros pasos “en el hacer periodismo digital”.

Mapa de medios: testigo de los cambios

El periódico digital ha recibido muchas denominaciones (Rost, 2003): periódico electrónico (Armañanzas, Díaz Noci y Messo, 1996), informativo electrónico multimedia interactivo (Díaz Noci, 1996), servicio informativo online (Pérez Luque y Perea Foronda,



1998), periódico cibernético (Alvarez Marcos, 1995), prensa online (Cabrera, 2000), diario digital (Canga Larequi y otros, 2000; Armentia y otros, 2000), diario online (denominación usual de los propios medios en Argentina), sitio de noticias online (Boggio, 2001), sitio web de noticias (Outing, 2002), diario en internet, ciberperiódico, y un largo etc. En los últimos años se habla más de periódico digital pero también de sitio de noticias. El sustantivo periódico ha sido criticado por algunos autores (Cabrera, 2000; Boggio, 2001; De Pablos, 2003) porque señalan que el medio tiene una difusión continua, que no está sometida a períodos determinados (Rost, 2003).

Durante el año 1999, **El Diario de la República** – el impreso de mayor circulación de San Luis - empezó a volcar en una página digital los contenidos periodísticos de la edición en papel. Las primeras experiencias del periodismo digital de San Luis comenzaron a forjarse en la vieja sede del centro capitalino y se consolidaron más tarde con la adquisición de nuevos equipos y servidores para la nueva etapa de la empresa del Grupo Payne al trasladarse a la sede actual en la avenida Illia, en los albores del nuevo siglo. Una de las novedades fue el acceso a las notas del día y la posibilidad de descargar la portada del matutino.

Simultáneamente, nació el primer sitio nativo digital de San Luis, aprovechando uno de los primeros formatos que ya iba perfilando lo que más adelante se conocería como web 2.0: totalmente virtual, el blog de noticias **Periodistas en la red**.

Estos dos medios digitales pioneros se animaron a romper la rutina tradicional del papel en ese contexto en que las empresas, y parte de la sociedad, se preparaban para lo sería el caótico fin del siglo: Y2K. Protocolos variados y reuniones interminables signaban esos días intentando resolver el problema del año 2000 o efecto 2000 también denominado error del milenio o el problema informático del año 2000 o **Y2K**, es decir, por un error de software causado por la omisión de designación de la centuria en el año para el almacenamiento de fechas.

Los primeros medios digitales de San Luis se inscribían en un contexto de creciente digitalización del periodismo en el país. A las redacciones cada vez más informatizadas y virtualizadas algunos grandes medios nacionales (como La Nación y Clarín) y regionales (como Los Andes y El Diario de Río Negro) comenzaron a sumarse desde 1995 al espectro de la web, inaugurando así en Argentina un espacio novedoso y aún con mucho por explorar y descubrir tanto para periodistas como para lectores.

A nivel mundial los primeros diarios comerciales comenzaron a experimentar con la web desde los primeros minutos de expansión de la web: al Chicago Tribune en 1993 le siguieron luego la mayoría de los medios más importantes de Estados Unidos y Gran Bretaña en aparecer en la red.

En el ámbito de los medios periodísticos y del periodismo en general comenzaba así una nueva época atravesada por lo digital. Desde el comienzo del siglo XXI, las



comunicaciones y los medios iniciaron un camino signado por la transformación permanente. Algunos medios de comunicación generaron junto a sus espacios tradicionales del mundo off line (papel, radios y canales de televisión) canales complementarios propios del mundo online para estar presentes en la nueva aldea digital. Otros que por limitaciones presupuestarias no han podido desarrollar el sueño del medio de comunicación propio se animaron a emprender un medio de comunicación nativo digital.

En el año 2010, el equipo de investigación construyó el primer Mapa de Medios de la Provincia de San Luis para plasmar la transformación y la galaxia de los medios de comunicación a nivel provincial. A siete años de ese primer Mapa de Medios de la Provincia de San Luis, el equipo de investigadores junto a un grupo de más de 20 colaboradores de distintos puntos geográficos de la Provincia ha podido focalizar, seguir y monitorear el desarrollo de los medios de comunicación en la Provincia, focalizando en el comportamiento del universo del periodismo digital en San Luis.

En 2010, el primer estudio de mapeo de medios de comunicación en San Luis registraba 176 medios del mundo online y de offline. Hoy, en el primer trimestre del año 2016 esta cifra ha crecido considerablemente, casi duplicándose, de acuerdo a resultados preliminares de las distintas investigaciones que se canalizaron a través del proyecto (vigente) PROIPRO 04-0516 “Periodismo digital en San Luis: orígenes, trayectorias, condiciones, estrategias y desafíos” y el (ya finalizado) PROIPRO 4-0914 “El periodismo en San Luis en el Siglo XX. Avances y desarrollos de los medios de comunicación en la provincia de San Luis”. Este fenómeno se debe no solo al crecimiento de los medios digitales sino también a la apertura de nuevos medios tradicionales como radios, canales de cable y publicaciones gráficas de las más diversas.

Para la construcción del primer Mapa de Medios Digitales de la provincia de San Luis fue necesario revisar y constatar en terreno cómo los medios de comunicación incorporados en el Mapa de Medios de Comunicación de San Luis del año 2010 había transitado estos últimos años y, al mismo tiempo, referenciar la experiencia del equipo de investigación como consumidores de los nuevos medios digitales, sin desconocer que en el año 2016 fuimos testigos del desarrollo y crecimiento de nuevos medios de comunicación digitales. Situación ésta vinculada estrechamente, en la mayoría de los casos, con cuestiones políticas en vísperas que el año 2017 sería un año electoral.

En el marco del estudio de las nuevas expresiones de periodismo digital asociado a las nuevas tecnologías en la provincia de San Luis también es importante contextualizar este proceso sociocultural que ha provocado una convergencia multi-masmediática inédita en la historia que está impulsando nuevas narrativas, nuevos actores y nuevas formas de comunicar, gobernar, comercializar y educar en el siglo XXI.

Desde período comprendido desde el año 2010 - año del Bicentenario de la Patria- al año 2016- año del Bicentenario de la Independencia de Argentina- entendíamos que



vivíamos tanto en el país no solo hechos dos hechos conmemorativo sino la transformación social y cultural. En la provincia de San Luis estos cambios también amplió la galaxia de los medios de comunicación.

El trabajo emprendido entre los años 2016 y 2017 sobre los medios de comunicación digitales en el territorio de San Luis se han organizado tomando como referencia la división geográfica de la provincia utilizada en primer Mapa de Medios, es decir, a través de los nueve departamentos de la Provincia. Ha sido un trabajo, quizás más ordenado que el primer Mapa de Medios dado que la base de trabajo desarrollada en 2010 sirvió de punto de partida para este nuevo mapeo mediático. También incluye datos poblacionales de cada localidad de cada uno de los nueve departamentos en lo que han sido registrados medios de comunicación para que esta información permita contextualizar el escenario mediático y quizás, en futuro, realizar otros tipos de investigaciones complementarias.

El criterio de búsqueda y compendio de la información obtenida pretende ser un punto de referencia para los profesionales de la comunicación no solo de la Provincia sino también de la región y del país. La intención es entender y, por todo, contextualizar los distintos medios de comunicación en la Provincia en el mundo online como así también la pluralidad de voces, de palabras y de agendas mediáticas que se construyen desde este territorio sanluiseño para la galaxia digital.

Construyendo el mapa

Inspirados en el trabajo realizado en Ecuador en 2012, por investigadores de CIESPAL, y al mismo tiempo, por la experiencia propia de cada uno de los integrantes del equipo tanto en su rol como *prosumidores de la información* que circula en los medios como en la construcción del primer mapa de medios de la provincia San Luis comenzó la tarea de relevamiento de medios, a través de consultas en internet y redes sociales, como así también encuestas realizadas a consumidores de medios y entrevistas a periodistas de la Provincia, sobre los medios de comunicación digitales entre el período comprendido entre febrero 2016 y julio 2017. El período prolongado de tiempo tenía como función monitorear la vida digital de cada uno de ellos y registrar en este documento aquellos que mantenían una vida activa visualizando la frecuencia de actualización y el comportamiento mediático.

La experiencia del equipo para la realización del primer mapa de medios off line de la provincia tuvo un valor agregado extra dado que permitió no sólo tomar la base de los medios de comunicación ya compilados en ese material, sino también aplicar las vivencias como testigos de la transformación del mundo digital.

Para ello, además fue necesario construir una herramienta digital que permitiera cargar la información que se obtenía de manera objetiva a cualquiera de los integrantes del



equipo de investigación. El relevamiento de medios tomó así la forma de formulario digital, con modalidad encuesta, adaptado para distintos formatos (es decir incluyendo modos específicos para tablets y teléfonos móviles, entre otros). De esta manera el relevamiento pudo diseminarse y realizarse en distintos puntos de la Provincia, a través de colaboradores especiales (principalmente estudiantes y periodistas de distintas localidades) que accedieron a participar del estudio, con presencia en todos los departamentos de la Provincia.

El formulario también circuló vía Whatsapp, correo electrónico y redes sociales para que otros actores del espectro mediático también tuvieran la oportunidad de participar y ofrecer información a la que el resto de los participantes no tenían acceso. El equipo de investigación luego realiza una tarea de confirmación y contrastación de los datos suministrados por cada tipo de colaborador. De esta manera se construye un instrumento de manera participativa en donde confluyen no sólo académicos, sino también estudiantes, periodistas, usuarios y otros actores críticos del sector.

Las variables a tener en cuenta para la operacionalización de la carga incluía:

- a) Secciones y el tipo de información que publican (nacional, internacional, local) para determinar los ejes temáticos que aborda cada medio;
- b) nivel de actualización de los medios digitales (diaria, semanal, quincenal o mensual);
- c) verificar si realizan actualizaciones bajo el criterio de inmediatez con noticias importantes y en desarrollo;
- d) redes sociales y plataformas digitales que se integran para difundir el trabajo periodístico (Facebook, Twitter, Rss, youtube, etcétera);
- e) grado de hipertextualidad mediante el uso de enlaces;
- f) la multimedialidad (uso de infografía animada, galería fotográfica, descargas, videos, podcast, transmisión en vivo);
- g) Interactividad comentarios, mensajes, chat, blogs y encuestas.
- h) el origen del capital (si es un medio público, privado, del tercer sector, mixto);
- i) localización y ámbito de cobertura;
- j) el grado de integración con otros esfuerzos mediáticos;

A los fines específicos de este estudio, se retomó la tipología de medios digitales introducida en el primer mapa de medios (2010), que intenta categorizar el espectro del periodismo digital en la Provincia. A partir de aquí se intenta conocer a cuál de las siguientes se acomoda mejor el medio en cuestión:

- A. MEDIO NATIVO DIGITAL. Medio de presencia exclusiva en la web sin enlace con otro producto periodístico pre-existente.
- B. MEDIO DIGITAL MULTIMEDIO. Medio vinculado a otro/s producto/s periodístico, que publica noticias con regularidad.



- C. SITIO DE APOYO MEDIÁTICO. Sitio de apoyo a otro programa o medio de comunicación, en donde la publicación de noticias no es la principal finalidad principal. Se utiliza además como espacio institucional, guía de servicios, entre otros.

La información es recopilada totalmente de manera digital y dispuesta en Excel, lo cual permite luego realizar cálculos y tendencias de manera más eficiente. El análisis de la información de manera individual en una primera instancia y luego discutida en el grupo de investigación. El mapa se elaborará tomando como base Google maps y la construcción resultante estará disponible en consulta digital.

Aportes a partir del mapa

Algunos de los principales puntos para reflexionar luego de este trabajo consisten en que afirmar que el universo de estudio de los medios digitales de la provincia de San Luis:

- a) La frecuencia de actualización, como la cantidad de contenido que publican los distintos medios digitales de la provincia de San Luis está influenciado por el tamaño de los medios de comunicación y la disponibilidad de recursos para tal fin. Vale citar el ejemplo más evidente: El Diario de La República cuenta con un diario en papel de tirada provincial y una redacción de cinco miembros dispuesta especialmente para el desarrollo de contenidos digitales, por ello tiene mayor infraestructura y recursos humanos que le permiten una mayor cobertura y mayor capacidad de producción multimedia. Este sitio web es que mayor cantidad de visitas posee, de acuerdo al ranking que elabora Alexa.
- b) Después del análisis, podemos decir que algunos de los medios seleccionados evidencian un desconocimiento de sus lectores, análisis de las métricas de audiencia digital o una falta de estudio de mercado, entre otros recursos, que le permitan ver el sector de llegada de su producto y desde allí poder tomar decisiones más ajustadas a su público. Con un plan estratégico un poco más claro podrían diseñar una mejor experiencia multimediática, incrementar visitas y entradas, como así también optimizar el feedback con los consumidores del medio.
- c) La tasa de medios nativos digitales viene creciendo y se consolida como la categoría predominante. También es elevado el grado de integración con redes sociales, en especial Twitter y Facebook.
- d) Se destacan los contenidos locales en todos los casos relevados.
- e) Solo un porcentaje muy bajo, es decir un 5% de los sitios incluidos en este Mapa de Medios Digitales exponen a sus lectores información sobre la quiénes están



detrás del medio, quiénes lo dirigen, quienes lo financian, quienes escriben o quienes integran el grupo empresario.

- f) La mayoría de los medios digitales no exploran y maximizan todas las oportunidades y herramientas que ofrecen los medios digitales. En consecuencia, la interactividad propuesta es limitada y muy cercana a la experiencia lineal que ofrecen los otros medios tradicionales. Indagar más sobre las causales de este comportamiento, como así también en las consecuencias en la audiencia se configura como interesante punto a profundizar en futuros trabajos.

Nota

1 Quiroga Gil Mariela y Centeno Matias, Directora y Codirector respectivamente del PROIPRO 04-0516 "Periodismo Digital en San Luis: orígenes, trayectorias, estrategias y desafíos. Ambos docentes de la Facultad de Ciencias Humanas, de la Licenciatura en Periodismo. Abocados a estudios, prácticas, dirección de proyectos sociales y gerenciamiento en instituciones privadas y públicas vinculadas a la comunicación, responsabilidad social y desarrollo sostenible.

Bibliografía

- COSTALES, José Rivera (2013). *Mapa de Medios Digitales de Ecuador 2012*, Quito: CIESPAL.
- LARRONDO URETA, Ainara (2007). "El ciberperiodismo y la reconfiguración de los géneros en función del hipertexto", Universidad del País Vasco - UPV/EHU.
- LANDOW, George P. (1995). *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica, contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- QUIROGA GIL, Mariela; CENTENO, Matias y SORIA BOUSY, Rosa (2016). "II Mapa de Medios de la Provincia de San Luis", Poster presentado en IV Jornadas de Libertad de Expresión y Ciudadanía Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis.
- ROST, Alejandro (2003). "El periódico digital: características de un nuevo medio". Redacción, sitio web del Area Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. General Roca: Universidad Nacional del Comahue. Disponible en: <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>
- ROST, Alejandro (2004). "La actualidad múltiple en el periódico digital". *Sala de Prensa*. Nº69. Año VI, Vol. 3., México, SdP. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art552.htm>
- ROST, Alejandro y BERGERO, Álvaro (2012): *Periodismo en contexto de convergencias*, General Roca: PubliFadecs.
- SARRAVERRÍA, Ramón y otros (2006). *Manual de Redacción ciberperiodística*. Madrid: Editorial Ariel.



SCOLARI, Carlos (2008). “De los nuevos medios a las hipermediaciones”, en SCOLARI, C. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona: Gedisa.

SMITH, Anthony (2011). “Migración digital. ¿Es este el futuro del periódico?”, Madrid: Revista Telos, N° 86, Madrid.

SORIA BOUSSY, Rosa; CENTENO, Matias; NAVARRO, Ana M; RACCA, Cecilia y QUIROGA GIL, Mariela (2011). *Mapa de Medios de la Provincia de San Luis*, San Luis: Editorial UNSL.

VERCELLI, A. y MAROTIAS, A. (2007). “Guía de Licencias Creative Commons”. Buenos Aires: FLACSO. Disponible en: <http://ceccsica.files.wordpress.com/2009/02/gdlcc1-0.pdf>