

El segundo año del Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO), una iniciativa conjunta de la Universidad de San Andrés y Northwestern University, ha sido un período de expansión internacional y crecimiento local.

A nivel internacional, lanzamos el "Proyecto NET" (Noticias, Entretenimiento y Tecnología), un estudio comparativo del consumo de información, bienes culturales y tecnología, en curso en Argentina, Israel, Japón y los Estados Unidos. Esta colaboración con colegas de la Universidad Hebrea de Jerusalén y la Universidad de Tokio se basa en el programa de investigación que lanzamos en Argentina en marzo de 2016. También aceptamos una invitación del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford para ser responsables del capítulo argentino del Digital News Report en 2018.

Además de estas iniciativas institucionales, la internacionalización de MESO también es evidente en el desarrollo de talentos: las ex coordinadoras del Centro Celeste Wagner y Mora Matassi ahora están cursando su segundo y primer año de posgrado en la Universidad de Pensilvania y la Universidad de Harvard, respectivamente. Ambas continúan su participación en actividades de investigación en MESO.

A nivel local, intensificamos enormemente nuestros esfuerzos de investigación y escritura. Hasta la fecha, nuestra recopilación de datos ha resultado en más de 150 entrevistas en profundidad, una base de datos única con decenas de miles de artículos de sitios de noticias y redes sociales, y una encuesta de 700 personas en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Con base en estas diversas fuentes de datos, durante el segundo año de existencia de MESO publicamos cuatro artículos, escribimos otros cuatro manuscritos que actualmente están en diversas etapas del proceso de revisión por pares, y dimos cuatro presentaciones en congresos y más de dos docenas de charlas invitadas en siete países. También intensificamos nuestra producción para el público masivo, lo cual se cristalizó en catorce artículos en sitios de noticias a los que accedieron más de 360.000 lectores únicos. Este aumento en la visibilidad también fue evidente en las redes sociales, donde nuestra cuenta de Twitter, nuestra página de Facebook y nuestro canal de YouTube registraron importantes aumentos de actividad con respecto a los del año anterior.

Nuestros eventos continuaron siendo atractivos para el público. Este año organizamos dos talleres de métodos,

además de nuestro congreso académico anual y una serie de encuentros con profesionales de la industria. La conferencia anual de este año fue generosamente patrocinada por el Center for Global Culture and Communication de Northwestern University. Finalmente, los asistentes de investigación de MESO han tenido un buen desempeño en el mundo laboral: durante el año pasado Silvana Leiva comenzó a trabajar en el área de Transparencia de la Ciudad de Buenos Aires, Camila Giuliano en el Congreso Nacional, Belén Guigue en Accenture, Rodrigo Gil Buetto en Making Experience, una consultora, y Tomás Bombau en Think Y, una agencia de marketing.

Ninguno de estos logros nacionales e internacionales hubiera sido posible sin el apoyo de Northwestern University y la Universidad de San Andrés; el trabajo de coordinación de Victoria Andelsman, Silvana Leiva, Mora Matassi y Mattia Panza; y la asistencia de investigación de Tomás Bombau, Victoria Costa Paz, Paloma Ettenberg, Rodrigo Gil Buetto, Camila Giuliano, Josefina Kearney, Lucía Lanusse, Inés Lovisolo, Jeanette Rodríguez y Marina Weinstein.

Este informe resume el progreso de MESO durante su segundo año de existencia. Sólo es el comienzo de lo que pretendemos ser un viaje largo y productivo. Esperamos que nos acompañen en nuestros próximos pasos.

Eugenia Mitchelstein y Pablo J. Boczkowski,
Co-Directores, MESO



Equipo de MESO: (de izquierda a derecha) Eugenia Mitchelstein, Silvana Leiva, Mattia Panza, Victoria Andelsman, Marina Weinstein, Tomás Bombau, Rodrigo Gil Buetto, Camila Giuliano, Paloma Ettenberg, Josefina Kearney, Pablo J. Boczkowski.

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Desde marzo 2016 MESO realiza periódicamente entrevistas en profundidad a integrantes del público sobre sus prácticas noticiosas, culturales y de acceso a medios. Desde diciembre 2016 a noviembre 2017 se realizaron 95 entrevistas, llegando a un total de 153 entrevistas desde el inicio de la investigación. Durante 2017 este proyecto se expandió a Estados Unidos, Israel y Japón en colaboración con colegas de Northwestern University, Hebrew University of Jerusalem y University of Tokyo, respectivamente.

ENCUESTA

MESO realizó una encuesta sobre acceso a dispositivos tecnológicos, consumos culturales, y preferencias de entretenimiento y noticias en octubre 2016, cuyo análisis fue llevado a cabo durante 2017.

ARTÍCULOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS

Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2017). *Incidental news: How young people consume news on social media*. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences. Nominated for best paper award.

Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2017). Information, interest and ideology: Explaining the divergent effects of government-media relationships in Argentina. *International Journal of Communication*, 11, 1175-1194. *Disponible en:* <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6390/2008>.

Mitchelstein, E., Boczkowski, P., Andelsman, V., & Leiva, S. (2017). Política y pelotas: Los intereses temáticos de los usuarios de sitios de noticias líderes en Argentina en 2016. *Cuadernos de la Información y la Comunicación*, 22, 63-78.

Mitchelstein, E., Boczkowski, P., & Wagner, C. (2017). The boomerang effect: Innovation in the blogs of mainstream news sites, 2008-2012. *Media, Culture & Society*. *Disponible en:* <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443717690819>

PRESENTACIONES EN CONGRESOS

Durante su segundo año de existencia, presentamos trabajos en los congresos anuales de la International Communication Association, la Midwest Association for Public Opinion Research, y la Hawaii International Conference on System Sciences.



Mora Matassi en el Congreso Anual de la Midwest Association for Public Opinion Research.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM

En julio 2017, MESO aceptó una invitación para ser responsable del capítulo de Argentina del informe sobre noticias digitales del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford que se llevará a cabo en 2018.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Durante su segundo año de operación el equipo de MESO recolectó y codificó mensualmente una muestra de las noticias de la página de inicio, las cuentas de Facebook y Twitter, y los artículos más vistos de ocho sitios de noticias líderes (*Clarín, La Nación, Perfil, Infobae, TN, Página/12, La Voz del Interior y Diario Uno de Mendoza*).



Primera página del artículo "Information, interest and ideology"

SEMINARIOS

De diciembre 2016 a noviembre 2017, miembros del equipo de MESO realizaron 25 presentaciones en diversas instituciones como Harvard Business School, Oxford Internet Institute, University of Michigan-Ann Arbor, University of Texas-Austin, University of Edinburgh, Boston University, Hebrew University of Jerusalem, Tel Aviv University, University of Haifa, Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad Torcuato Di Tella, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Fundación Friedrich Ebert.



Pablo Boczkowski en la reunión de ParlAmericas en Medellín (Foto: Cámara de Representantes de Colombia).

CONGRESO ANUAL 2017

La tercera edición del congreso anual de MESO sobre medios, cultura y sociedad en Argentina y América Latina, se realizó en noviembre de 2017 con 102 inscriptos. Esta edición del congreso contó con el auspicio del Center for Global Culture and Communication de Northwestern University. Sobre un total de 35 postulaciones, fueron aceptadas 16 ponencias de investigadores vinculados a instituciones de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Estados Unidos, Holanda, Suecia y España. El orador principal fue Richard Rogers, profesor de Nuevos Medios y Cultura Digital en la Universidad de Ámsterdam, con una presentación sobre una evaluación crítica de las audiencias en redes sociales.

ENCUENTROS EN MESO

MESO organizó dos encuentros en los que reconocidos profesionales e investigadores debatieron sobre temáticas contemporáneas de medios, cultura y sociedad. El primer encuentro exploró la dinámica de género en la comunicación y la tecnología, y contó con la presencia de Mariana Carbajal, periodista de *Página/12* y la *TV Pública*, Florencia Sabatini, de Google Argentina, y Eleonor Faur, investigadora de la Universidad Nacional de San Martín, y la moderación de Silvia Ramírez Gelbes, directora de la Maestría en Periodismo de la Universidad de San Andrés. El segundo encuentro, que se enfocó en la evolución de la ficción audiovisual, de la televisión al celular, reunió a la escritora y guionista Erika Halvorsen, Juan Manuel Lucero, de Google News Lab, y a Andrea Mallimaci, de la Universidad de Buenos Aires, como moderadora. En total 186 personas se inscribieron entre ambos encuentros.

TALLERES DE MÉTODOS

MESO organizó dos talleres de métodos en su segundo año de existencia. El primero se centró en el uso de etnografía para investigar la producción de contenidos en la industria de medios. Se llevó a cabo en la Universidad de San Andrés, con la participación de Micaela Baldoni (l'École des Hautes Études en Sciences Sociales) y Universidad Nacional de General Sarmiento), Ornela Carboni (Universidad Nacional de Quilmes), Raquel San Martín (Idaes-Universidad Nacional de San Martín), Lorena Retegui (Universidad Nacional de Quilmes) y Laura Rosenberg (Universidad de Buenos Aires). Pablo J. Boczkowski, co-director de MESO, estuvo a cargo de la moderación y los comentarios. En el segundo taller, dictado en noviembre en las oficinas de Google Argentina, Richard Rogers de la Universidad de Ámsterdam compartió su trabajo sobre detección y análisis de noticias falsas.



Tercer congreso anual de MESO sobre medios, cultura y sociedad en Argentina y América Latina.



Primer encuentro en MESO (de izquierda a derecha) Florencia Sabatini, Mariana Carbajal, Silvia Ramírez Gelbes y Eleonor Faur.



Richard Rogers dicta el taller de métodos sobre detección y análisis de noticias falsas.

REPERCUSIÓN EN MEDIOS DE NOTICIAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Entre diciembre 2016 y noviembre 2017 el trabajo del equipo de MESO ha sido objeto de cobertura periodística 134 veces en medios de Argentina y de otros países, superando las 11 menciones mensuales en promedio. En Argentina, estos medios incluyen sitios online como *Clarín*, *La Nación*, *Infobae* y *Perfil*; canales de televisión y cable como *América 24*, *Telefé*, y *C5N*; y radios como *del Plata*, *Con Vos*, y *Millenium*. En el extranjero, los investigadores de MESO han sido mencionados durante estos doce meses en medios de 20 países: Australia, Austria, Bolivia, Chile, China, Colombia, Cuba, Ecuador, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Guatemala, Honduras, México, Noruega, Paraguay, Portugal, República Dominicana y Rusia.

AUTORÍA DE ARTÍCULOS DE DIFUSIÓN

Desde diciembre 2016 hemos publicado catorce artículos en los siguientes medios: el sitio *Nieman Lab* de la Universidad de Harvard, la *Revista Anfibia* de la Universidad Nacional de San Martín, y los sitios de noticias *Infobae* y *Perfil*. En conjunto estas notas tuvieron más de 360.000 lectores únicos.

PRESENCIA EN MEDIOS SOCIALES

MESO mantiene una activa presencia en medios sociales: la página de Facebook del Centro suma actualmente 1332 seguidores (46% de crecimiento respecto del año anterior), la cuenta de Twitter cuenta con 1778 seguidores (50% de crecimiento), y el canal de YouTube tiene 118 suscriptores (93% de crecimiento).



Artículo publicado en Revista Anfibia

