

Metodología de un estudio cualitativo de repertorios de vídeo basada en la propuesta analítica de Hasebrink y Domeyer

---

*Methodology of a Qualitative Study of Video Repertoires based on Hasebrink and Domeyer's Analytical Proposal*

**Carmen Rodrigo-Jordán.** Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities (España)

Profesora de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo-CEU. Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra. Principales intereses de investigación: Estudios de audiencias, Comunicación audiovisual y Teoría de la comunicación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6122-2887>

Artículo recibido: 30/10/2023 – Aceptado: 14/11/2023

**Resumen:**

La técnica de repertorios mediáticos es un método aplicado a estudios *crossmedia* de audiencia. La contribución de Hasebrink y Domeyer (2012) destaca por introducir el enfoque cualitativo y por proponer una guía analítica aplicable a trabajos empíricos, tanto cuantitativos como cualitativos. Este artículo presenta cómo se trasladó la propuesta de estos autores al planteamiento metodológico de un estudio cualitativo de repertorios de uso de vídeo. Además, se destacan tres retos que afrontó la investigación a la hora de recoger, codificar e interpretar la información. La aplicación de esta metodología resultó de valiosa utilidad para interpretar el repertorio de cada participante de manera individual. En conclusión, la propuesta de estos autores ofrece una lógica analítica para investigar el repertorio de manera sistemática, a la par que resulta flexible a la hora de adaptarla a los intereses de cada estudio sobre el uso de medios.

**Palabras clave:**

Repertorio de medios; Audiencia; Vídeo; Rutina diaria; Análisis cualitativo

**Abstract:**

*Media repertoires technique is a method applied to crossmedia audience research. The contribution of Hasebrink and Domeyer (2012) is relevant because it introduces the qualitative approach and proposes an analytical framework to guide both quantitative and qualitative empirical work. This article presents how Hasebrink and Domeyer's proposal was applied to the methodological design of a qualitative study of repertoires of video use. In addition, three challenges faced in collecting, coding and interpreting*

*information at the time of the research are highlighted. The application of this methodology was valuable in interpreting each participant's repertoire on an individual basis. In conclusion, the proposal of these authors offers an analytical logic to investigate the repertoire in a systematic way, while at the same time being flexible to adapt to the interests of each study on media use.*

**Keywords:**

*Media repertoire; Audience; Video; Everyday life; Qualitative analysis*

## **1. Introducción**

Las investigaciones en comunicación basadas en el enfoque de repertorios tratan de identificar colecciones de elementos con características comunes. La configuración de repertorios, por tanto, tiene una finalidad descriptiva. Así, por ejemplo, en el área de la comunicación organizacional, hay investigaciones sobre repertorios de géneros (Orlikowski & Yates, 1994) o sobre repertorios de medios de comunicación (Watson-Manheim & Bélanger, 2007) que estudian las prácticas comunicativas más repetidas entre los trabajadores de una organización concreta. En este contexto, el repertorio de medios de comunicación se define como “la colección de canales de comunicación y rutinas de uso identificables para finalidades específicas de comunicación dentro de una comunidad definida” (Watson-Manheim & Bélanger, 2007, p. 267).

Este artículo se centra en la aplicación del enfoque de repertorios mediáticos en las investigaciones de audiencia audiovisual, entendidas como el estudio del uso de medios por parte del espectador en su rutina diaria. De este modo, se realiza una revisión bibliográfica sobre la evolución y conceptualización del repertorio de medios, con el objetivo de destacar aspectos metodológicos comunes en la aplicación de esta técnica. A continuación, se presenta la propuesta metodológica de Hasebrink y Domeyer (2012) para investigar repertorios de medios desde un enfoque cualitativo y se explica cómo se trasladó a un estudio sobre el uso de vídeo en la rutina diaria. Por último, se destacan algunos retos metodológicos que se afrontaron a la hora de codificar, interpretar y analizar la información recogida durante la realización de esa investigación.

## **2. Las investigaciones de audiencia basadas en repertorios de medios (1985-2012)**

En el ámbito de la investigación sobre el uso de medios de comunicación de masas, el antecedente del enfoque de repertorios mediáticos se encuentra en los estudios sobre repertorios de canales de televisión, o *channel repertoires*, realizados en Estados Unidos en los años 80 y 90 del pasado siglo (Heeter, 1985; Ferguson, 1992; Ferguson & Perse; 1993). El repertorio, aquí, se basa en la idea de que las personas ven un número determinado de canales a pesar de que la oferta televisiva sea mayor. Estas investigaciones pertenecen a la corriente de los estudios sobre la elección del medio, o *media choice*. Entre los principales objetivos de esta línea investigadora, residía el conocer las motivaciones por las que el espectador elige ver un canal, o cambiar a otro. Tras la popularización de nuevas tecnologías que permitían acceder a un mayor número de canales, Ferguson (1992) aplicó este enfoque para investigar la posible relación entre

disponer de VCR, mando a distancia o suscripción a televisión por cable, con respecto a la posible arquitectura de los repertorios de canales. En cuanto a aspectos metodológicos comunes, estas investigaciones emplean la encuesta como método de recogida de información y realizan análisis estadístico para configurar los repertorios, en función de los factores más relevantes.

El ciudadano siempre ha sido *crossmedia* en su vida diaria, ya que vive constantemente expuesto al contenido procedente de distintos medios de comunicación (Schrøder, 2011). Sin embargo, la convergencia digital (Pool, 1983; Jenkins, 2006) difuminó los límites que diferenciaban los tipos de medios a la hora de investigar sobre su uso (Lee *et al.*, 2013). En este sentido, dos aportaciones introducen la visión *crossmedia* al enfoque de repertorios. Por un lado, siguiendo la línea de los repertorios de canales, Ferguson y Perse (2000) proponen los repertorios de páginas web e investigan las similitudes entre el visionado de televisión y el uso de Internet. Estos autores, además del cuestionario online, utilizan diarios online como métodos de recogida de información. Por otro lado, Reagan investiga la idea de repertorios de información, sobre la base de que las personas se informan y acceden a las noticias a través de distintas fuentes y de distintos medios de comunicación (Reagan *et al.*, 1995; Reagan, 1996). Esta línea de investigación ha continuado desde entonces y ha ido incorporando la entrada de nuevas tecnologías o categorías de fuentes informativas como Internet (Yuan, 2011; Lee & Yang, 2014; Edgerly, 2015), el teléfono móvil (Wolf & Schnauber, 2015, Lai & Tang; 2015) o las redes sociales (Schrøder, 2015; Kobbernagel & Schrøder, 2016; Swart *et al.*, 2017; Edgerly *et al.*, 2018; Geers, 2020; Dvir-Gvirsman, 2022).

Las dos primeras investigaciones de audiencia que emplean el término repertorio de medios, o *media repertoire*, proceden de Europa y no hacen referencia a los repertorios de canales. Van Rees y van Eijck (2003) estudian si existe relación entre el estatus social y el uso de medios. Para ello, realizan análisis factorial de datos secundarios, procedentes de un estudio sobre la gestión del tiempo entre la población holandesa. El método empleado para recoger la información fueron el diario, complementado con entrevistas orales. Hasebrink y Popp (2006), por su parte, presentan los repertorios de medios como un enfoque conceptual abiertamente *crossmedia*, orientado a analizar “cómo la gente combina contactos con diferentes medios y con diferentes tipos de contenido” (Hasebrink & Popp, 2006, p. 369). Esta contribución muestra dos ejemplos de análisis cuantitativos de datos secundarios sobre uso declarado de medios y, en estos, los repertorios consisten en grupos de tipos de usuarios, o *clusters*, que comparten características comunes.

Entre 2006 y 2012, las investigaciones basadas en repertorios consideran esta técnica como una herramienta analítica que permite investigar el uso de medios desde una perspectiva acorde al contexto mediático convergente y a las prácticas *crossmedia* de los usuarios (Yuan, 2011; Webster & Ksiazek, 2012; Taneja *et al.*, 2012, Hasebrink & Domeyer, 2012). Estos estudios también realizan análisis cuantitativo, de manera que los repertorios se configuran en función de las preguntas de investigación de cada caso y a partir de la factorización, o agrupación, de los datos. En este periodo, se introducen otros métodos de recogida de información como los datos de medición de visionado de televisión e Internet procedentes de la agencia Nielsen (Webster & Ksiazek, 2012) o la observación y grabación del uso de medios de los participantes (Taneja *et al.*, 2012). Sin

embargo, la propuesta de Hasebrink y Domeyer (2012) supone un punto de inflexión en el enfoque basado en repertorios porque introdujo el análisis cualitativo, tal y como se desarrolla en el siguiente apartado.

### **3. El enfoque cualitativo en la investigación de repertorios de medios**

#### *3.1. La propuesta analítica de Hasebrink y Domeyer (2012)*

La contribución de Hasebrink y Domeyer (2012) destaca por proponer un marco conceptual aplicable a trabajos empíricos, tanto cuantitativos como cualitativos. Estos autores parten del trabajo de Hasebrink y Popp (2006) y definen el repertorio de medios como “la totalidad de medios que una persona regularmente usa” (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 759). Una investigación sobre repertorios debe basarse en los principios de “perspectiva centrada en el usuario”, “totalidad” y “relacionalidad”, de manera que “el repertorio de medios de un usuario no es la mera suma de los distintos medios que usa, sino una composición de medios estructurada significativamente” (Hasebrink & Domeyer, 2012, pp. 759-760). La expresión “significativamente”, aquí, se refiere a que la estructura del repertorio está cargada de significado, o sentido, para el individuo que lo mantiene.

De este modo, su propuesta analítica consiste en la formulación de cinco categorías principales, cuya sucesión va desde aspectos concretos hasta otros, más abstractos, sobre el uso rutinario de medios. Así, la categoría “componentes relevantes” recoge subcategorías como “tipos de medios”, “géneros” o “productos o marcas”. La segunda categoría, “indicadores empíricos de la descripción del repertorio”, incluye “hábitos”, “contactos” o “inserción en rutinas diarias”. En tercer lugar, las “relaciones entre los componentes del repertorio” permite observar subcategorías como “proporciones de uso”, “relevancia” o “complementariedad funcional”. La cuarta categoría se refiere a los “principios generales que guían la composición del repertorio”, tales como “selectivo vs. no selectivo” o “hedonismo vs. concienciación”. Por último, la distinción como categoría analítica del “sentido general subjetivo del repertorio de medios” permite ahondar en el significado del repertorio para el usuario en aspectos como sus “teorías subjetivas” o su correspondencia con “valores personales o ambiciones” (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 760, Tabla 1).

Otra aportación de este artículo reside en que se trata del primero en presentar un estudio piloto sobre repertorios mediáticos de carácter cualitativo. En este participaron cinco usuarios entre 20 y 30 años que vivían en la ciudad de Hamburgo. Primero, se les pidió que completaran, durante una semana, un diario semi-estructurado sobre todas sus actividades relacionadas con los medios. Posteriormente, participaron en una entrevista semi-estructurada. En esta, el participante responde a las preguntas conforme va realizando una serie de ejercicios que el entrevistador le propone. Primero, escribe los elementos de su repertorio en distintas tarjetas. Después, atribuye una proporción de tiempo mediante el reparto de fichas sobre cada una de las tarjetas. A continuación, coloca las tarjetas sobre un tablero con círculos concéntricos dibujados alrededor de la palabra “yo” (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 766), de manera que jerarquiza los elementos en función de la relevancia personal. Por último, el participante atribuye

funciones a cada elemento de su repertorio en tarjetas de otro color. En este estudio piloto, la conversación de las entrevistas se analizó y codificó temáticamente, mediante el uso del software MAXqda, conforme a las cinco categorías del marco analítico propuesto por estos autores (Hasebrink & Domeyer, 2012, pp. 765-767).

### 3.2. Diseño metodológico de un estudio cualitativo de repertorios de vídeo

Este apartado presenta el planteamiento metodológico de un estudio cualitativo de repertorios de vídeo que forma parte de una investigación doctoral más amplia. Esta trata sobre la conceptualización de la comunicación de masas audiovisual tras la digitalización de la teledifusión y la convergencia de los tres grados de comunicación. La comunicación de masas audiovisual se entiende aquí como el proceso comunicativo mediado por tecnologías que tiene lugar entre un operador audiovisual y el público. Los grados de comunicación se fundamentan en la propuesta teórica de Jensen (2010), que diferencia entre la comunicación interpersonal, o uno-a-uno, de masas, o uno-a-muchos, y de red, o muchos-a-muchos. Se realizó un estudio empírico que respondía al interés de conocer cómo se diferencian, o delimitan, los tres grados de comunicación en las experiencias de uso de vídeo en la rutina diaria de personas de entre 18 y 24 años residentes en España. El interés por este segmento de edad residía en su elevado uso de medios conectado a Internet, lo que llevaba a suponer una mayor familiaridad con prácticas comunicativas donde se interrelacionaran los tres grados de comunicación.

Para recoger la información, se diseñó una sesión de trabajo de campo de dos horas de duración donde los participantes cumplimentaban un cuestionario y, a continuación, participaban en un grupo de discusión. La combinación de ambos métodos perseguía, primero, recoger datos sobre repertorios individuales de uso de vídeo y, segundo, la construcción de sentido sobre la experiencia de ver vídeo de los participantes en lo que respecta a sus prácticas y a sus percepciones del entorno comunicativo audiovisual. A diferencia de otra investigación cualitativa de repertorios que emplea el método del grupo de discusión (Hasebrink & Hepp, 2017), en este estudio no se buscaba la negociación de un repertorio entre todos los participantes. Aquí, el grupo de discusión partía de las experiencias individuales para discutir otros temas de interés en la investigación doctoral. Dado que estos temas se alejan del objeto de este artículo, la siguiente explicación se centra en el diseño metodológico de la primera mitad de las sesiones que adapta el estudio piloto de Hasebrink y Domeyer (2012) descrito en la sección anterior. Es decir, a continuación, se explica una parte del trabajo empírico realizado, correspondiente con la investigación y análisis de los repertorios individuales de uso de vídeo.

Las sesiones se diseñaron desde un enfoque abierto porque la manera en que formularan sus respuestas era importante para la investigación (Findahl *et al.*, 2013). La propuesta de Hasebrink y Domeyer (2012) sirvió de especial referencia, además de por su enfoque cualitativo, por su enfoque *crossmedia*. Los ejercicios visuales de categorización y jerarquización de los elementos del repertorio propuestos por estos autores se adaptaron a un cuestionario y al primer bloque de preguntas del grupo de discusión, donde debían reflexionar sobre sus respuestas al cuestionario. El cuestionario consistía en una hoja A4 que presentaba, en el anverso, dos partes diferenciadas. En la mitad superior, había una

serie de preguntas sobre el momento vital, la estructura del hogar y el acceso a dispositivos. Esta información ofrece contexto a la hora de analizar, posteriormente, el “sentido general subjetivo del repertorio” (Hasebrink & Domeyer, 2012, pp. 770-771). Las preguntas sobre la estructura del hogar de los participantes y el tipo de dispositivos a los que tienen acceso se basaron en dos investigaciones que profundizan en las diferencias al ver vídeo según diversos criterios como: la habitación del hogar, los tipos de dispositivos, o las situaciones de soledad o compañía en que tiene lugar el uso del contenido mediático en la rutina del participante (Courtois, Mechant, Paulussen, & De Marez, 2012; Courtois, Verdegem, & De Marez, 2013).

Tras rellenar ese apartado de información personal, los participantes pasaban a realizar cinco tareas en la mitad inferior del cuestionario y en el reverso de la hoja donde se ubicaban, respectivamente, dos tablas. En el anverso, la tabla estaba en blanco y constaba de 3 columnas, de manera que la central era la de mayor anchura. En el reverso, la tabla era de 2x3 y contenía imágenes de 6 dispositivos: 1) Smartphone, 2) Tablet, 3) TV Offline, 4) Online: Smart TV o TV conectada a Internet, 5) Ordenador de sobremesa, 6) Ordenador portátil. La moderadora iba indicando los pasos y dejaba tiempo, entre cada uno, para que los participantes respondieran. La siguiente tabla recoge las tareas que realizaron los participantes, según su orden y los objetivos concretos que perseguía cada una:

**Tabla 1**

*Ejercicio individual para completar el formulario de repertorios de vídeo*

Tarea	Descripción	Objetivo
1º Datos (Cabecera del cuestionario)	Completar información personal	Conocer: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Edad y género</li> <li>2) Localidad de residencia</li> <li>3) Tipo de vivienda (domicilio paterno, residencia, piso compartido...)</li> <li>4) Número de personas con quien reside y franja de edad</li> <li>5) Dispositivos a los que accede</li> <li>6) Nivel de estudios alcanzado</li> <li>7) Nivel de estudios esperado</li> <li>8) Ocupación actual</li> </ol>
2º Listado de uso de vídeo en la rutina (Tabla: columna central)	Anotar, en formato lista, el uso de vídeo realizado el día anterior. Una vez terminada, contrastarla con otros usos frecuentes y añadir los que faltan	El participante escribe con sus propias palabras y responde de forma abierta sobre cuál es su repertorio de uso de vídeo en la rutina diaria
Tarea	Descripción	Objetivo

3º Distribución temporal en porcentajes (Tabla: columna dcha.)	Asignar una proporción a cada elemento de la lista en función del tiempo dedicado, con respecto al total de uso diario de vídeo	Conocer los usos de vídeo realizados con más frecuencia o durante más tiempo dentro del repertorio
4º Jerarquía de relevancia personal (Tabla: columna izda.)	Asignar un número a cada elemento de la lista, en función de la relevancia personal. El 1 es el más importante	Conocer la consideración que el participante tiene de los usos que realiza y anticipar la reflexión individual sobre las finalidades de cada uso de los elementos del repertorio
5º Asignación de pantallas (Reverso del cuestionario)	Escribir los usos de vídeo sobre cada pantalla de los dispositivos donde se realizan	Conocer el repertorio individual en función del acceso al contenido: tipo de dispositivo y la posibilidad que pueda conectarse a Internet

La tarea de asociar el uso del vídeo a imágenes de distintos dispositivos se basó, también, en la metodología cualitativa de Courtois *et al.* (2012) y Courtois *et al.* (2013) que solicitaban a los entrevistados que relacionaran sus usos mediáticos con los dispositivos que empleaban. De este modo, la asignación gráfica a las pantallas pretendía valorar si existía competitividad o complementariedad (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 761) entre los contenidos que usan y los dispositivos a los que tienen acceso en su rutina.

Completados los cuestionarios, se daba paso al grupo de discusión y se les preguntaba por sus reflexiones sobre el ejercicio que acababan de realizar y por las finalidades de su uso del vídeo en las prácticas anotadas en su listado. De esta forma, el ejercicio de asignar funciones en tarjetas de otro color, que se realizaba en el estudio piloto de referencia, aquí se comentaba en una primera ronda que abría el grupo de discusión. Esto, además de servir como forma de romper el hielo entre los participantes, se diseñó con la finalidad de interpretar lo escrito en los cuestionarios y, especialmente, para recabar más información que permitiera analizar el repertorio según las categorías más abstractas de “principios generales que guían la composición del repertorio” y “sentido general subjetivo del repertorio de cada participante” (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 761).

### 3.3. Retos afrontados en el análisis cualitativo de repertorios de vídeo

A continuación, se destacan 3 retos que afrontó la realización del estudio cualitativo de repertorios de vídeo a la hora de recoger, codificar y analizar la información, respectivamente. Se realizaron dos sesiones de trabajo de campo en diciembre de 2019. Ambas tuvieron lugar en la misma sala de reuniones de un edificio universitario, en Pamplona (España). Entre la celebración de ambas sesiones, hubo un intervalo de 5 días. Asistieron 7 participantes a cada una de las sesiones, por lo que se analizaron 14 repertorios individuales. No fue posible reclutar ningún participante de 23 ni de 24 años, por lo que las edades de los participantes finalmente varían entre los 18 y los 22. Esto

consiste en una limitación metodológica del estudio, aunque no afecta al contenido tratado en este artículo al centrarse este en los retos analíticos e interpretativos sobre la información recabada.

El primer reto se refiere al grado de concreción que se solicitó a los participantes a la hora de explicar su repertorio, o interpretarlo, durante la primera parte de los grupos de discusión. Tras la primera sesión, se consideró que los participantes podrían desarrollar más lo escrito en sus cuestionarios. Por este motivo, en la segunda sesión se les solicitó que especificaran las series que veían, o las cuentas de YouTube que decían seguir, para obtener ejemplos concretos. Esto supone una limitación metodológica del estudio porque tal cambio llevó a que el primer bloque del grupo de discusión durara el doble de tiempo en la segunda sesión que en la primera. Además, algunos de los ejemplos que explicaron resultaron meramente anecdóticos y no aportaron significado relevante como característica del repertorio individual. Por todo esto, se concluye que basta con que cada participante destaque dos o tres ejemplos que representen su repertorio. Así, se puede obtener información específica sobre los usos que el propio participante considera más relevantes, a la par que se evita alargar este bloque más de lo necesario.

El segundo reto se refiere a la codificación de los 14 cuestionarios. A diferencia del trabajo de referencia, no se empleó un software, sino que se realizó de forma manual. El proceso de codificación y categorización combinó un razonamiento inductivo y deductivo. Las frases de los cuestionarios se fragmentaron en función de su significado y se interpretaron según las categorías y subcategorías de análisis propuestas por Hasebrink y Domeyer (2012, p. 760). A modo de ejemplo, la frase “veo *insta stories* al despertar”, escrita por un participante, se codificó en tres sintagmas que se consideraron tres subcategorías distintas. La palabra “veo” se codificó como *actividad*, “*insta stories*” se consideró un *producto* y el sintagma “al despertar” se codificó como *horario*.

La codificación de los listados resultó complicada en ciertos casos donde la interpretación de una misma palabra variaba de significado en función del lugar que ocupara en la frase, o del sentido que cobrara con respecto a otras frases del mismo repertorio. Por ejemplo, el listado de un participante seguía la misma estructura de *género + forma de acceso a contenido*. En su redacción, el participante describe el vídeo en función del género audiovisual y añade la forma a través de la cual llega al contenido; como se observa en sus expresiones “noticias en televisión”, “ver partidos de fútbol en televisión” o “películas en el cine”. Sin embargo, en la frase “ver vídeos de YouTube” de su listado, la preposición “DE” aporta un sentido diferente en comparación con el resto del repertorio. De esta manera, se interpretó esa expresión como un sintagma completo y se codificó según la subcategoría *producto*.

La televisión resultó un término complicado de clasificar durante la codificación. El término se subcategorizó como *tipo de medio o dispositivo* cuando de la literalidad de la frase no se pudo determinar si el participante se refería al canal a través del cual accede al vídeo o al aparato que lo reproduce. Esta dificultad en la codificación solo se dio en el caso de la televisión. Un ejemplo se aprecia en el listado, de otro participante, que contiene dos actividades con sentidos diferentes para esta palabra: “Serie de TV” y “Películas en TV”. En relación con el resto de ese repertorio, la “Serie de TV” se acerca al criterio de codificación de la subcategoría *producto*, en un sentido similar al caso



explicado arriba sobre “vídeos de YouTube”. Por otro lado, la preposición “EN” en la frase “Películas en TV” daba lugar a dos posibles interpretaciones: televisión como televisor (dispositivo), o televisión como canal o cadena que emite la película (tipo de medio). Por este motivo, la frase “Películas en TV” se codificó como *género y tipo de medio o dispositivo*, al no poder concretar el sentido en que el participante se refería a la televisión en tal caso.

En otro ejemplo, la televisión llegó a codificarse como un género. En el listado de otro participante aparecían escritas las expresiones “TV normal (de vez en cuando)” y “Deportes (en la TV)”. La relación entre estos dos componentes del repertorio llevó a considerar que la TV se refería al dispositivo en que veía contenidos sobre deporte, mientras que con “TV normal” se refería a la programación o contenidos que puede ver de forma tradicional o sincrónica. Por todo esto, se subcategorizó “TV normal” como *género*, ya que respondía a un sentido similar al que otros participantes emplearon para otros términos de la misma subcategoría, como “películas” o “noticias”. Todos estos retos interpretativos a la hora de codificar lo escrito en los cuestionarios ponen de manifiesto la necesidad de interpretar cada repertorio según su estructura interna. Esto último, además, sirve para desambiguar expresiones en caso de dudas interpretativas.

Por último, el tercer reto se refiere al análisis de los 14 repertorios individuales. Tras codificar los cuestionarios, se pudieron observar los datos de forma agregada. Esto permitió analizar si había aspectos comunes en cuanto al momento vital, estructura del hogar o acceso a dispositivos de los participantes. También se pudieron agrupar las subcategorías codificadas para ver las más mencionadas; aunque esto no consideraba si alguna expresión fue declarada por varios participantes o, viceversa, si uno solo lo mencionó varias veces. Otra cuestión que se estudió a nivel agregado fue la relación entre la atribución de porcentajes de tiempo con la de relevancia personal, de manera que se analizó si la práctica a la que le dedicaban más tiempo coincidía con la más relevante de su repertorio, y viceversa.

Sin embargo, para interpretar los significados de los repertorios de los participantes en su contexto y de forma completa es preciso observar las cinco categorías analíticas. Para ello, se realizó un perfil de cada uno de los participantes donde se primó el análisis individual de “los principios generales que guían la composición de los repertorios” y su “sentido subjetivo general” (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 761). Esta descripción en perfiles se construyó a partir de la interpretación de los cuestionarios junto a la información que ofreció cada participante a lo largo de toda la discusión en grupo. De este modo, algunos comentarios que profundizaban en sus respectivas experiencias de ver el vídeo ayudaron a comprender mejor cómo estas se insertaban en su vida diaria.

#### **4. Discusión**

Las diferencias del diseño metodológico de este estudio con respecto al trabajo de referencia de Hasebrink y Domeyer (2012) son cuatro. Primera, no se solicitó a los participantes que llevaran un diario previo sobre su uso de medios. Esta opción se descartó, además de por las dificultades que supuso reclutar participantes y la baja probabilidad de que todos completaran tal encomienda, porque se consideró que el

recuerdo que el participante escribiera en su cuestionario consistiría en la descripción más relevante de su uso (Adams, 2000).

La segunda diferencia se observa en la posibilidad de introducir modificaciones en las respuestas. En el trabajo de referencia, los participantes iban comentando –de forma similar a otras técnicas de pensamiento en voz alta (*think-aloud protocol*)– las modificaciones que incluían al clasificar las tarjetas en los ejercicios (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 766). En este estudio no se preguntó por los cambios que introducían conforme respondían a los cuestionarios. Aun así, para dar facilidad a los participantes si cambiaban de opinión durante las tareas 3 a 5 (vid. Tabla 1), todos tuvieron a su disposición bolígrafo, lapicero y goma de borrar. Se les solicitó que escribieran el listado del repertorio con bolígrafo y, a partir de ahí, que solo utilizaran lapicero. Esto se planificó por si, una vez recogidos los cuestionarios, resultaba importante valorar que los participantes hubieran añadido modificaciones en su listado. El listado terminó escrito en dos colores en el caso de aquellos participantes que recordaron, o se dieron cuenta más adelante, que les faltaba algún elemento por añadir. Estos cambios fueron pocos casos y, principalmente, consistieron en añadir alguna plataforma que usaban, y habían olvidado mencionar, o añadir la actividad de grabar vídeos cuando salió en una de las conversaciones.

La tercera diferencia entre este estudio y el que sirve de referencia consiste en la forma en que los participantes explicaron el significado de su repertorio. Mientras que en la investigación de Hasebrink y Domeyer (2012) esto se daba durante la conversación entre participante y entrevistador, aquí se exploraba el tema en la primera parte del grupo de discusión. En este estudio, se valoraron tanto los cuestionarios como los comentarios que los participantes hacían sobre el significado de su propio repertorio durante las discusiones grupales. Por último, la cuarta diferencia reside en la propuesta de los autores de limitar el tema en algún aspecto y no preguntar por el uso de medios de manera general y amplia (Hasebrink & Domeyer, 2012, p. 777). Este estudio limitó las preguntas al uso audiovisual y solo observa repertorios de vídeo.

## 5. Conclusiones

El diseño metodológico de cuestionario, seguido de grupo de discusión, permitió estudiar 14 repertorios individuales desde un enfoque cualitativo. Las categorías analíticas propuestas por Hasebrink y Domeyer (2012) sirvieron de gran utilidad, tanto en la fase de planificación y diseño del trabajo empírico, como a la hora de interpretar y analizar la información recogida. La aplicación de estas categorías ofrece una lógica analítica sistemática para conceptualizar e investigar el repertorio y, al mismo tiempo, permite adaptarlas al interés concreto del estudio sobre el uso de medios de cada caso.

Por último, en cuanto a los retos afrontados para recoger, interpretar y analizar la información recogidos en este artículo, se ofrecen dos recomendaciones. Primera, si se solicita a un participante que especifique información sobre los elementos que componen su repertorio, se aconseja que lo realice sobre pocos ejemplos. En concreto, se recomienda centrar la conversación sobre los dos o tres elementos que el participante considere más relevantes entre los anotados en su listado. De este modo, se buscaría

profundizar en los usos más significativos para el participante desde su perspectiva individual, a la par que se evitaría prolongar el tiempo de recogida de información. Segunda, los retos descritos en este artículo sobre la interpretación de los cuestionarios han puesto de manifiesto la necesidad de codificar e interpretar cada elemento del repertorio según su estructura interna. Para las situaciones de conversación donde un participante explique o describa su repertorio, y en el caso de que emplee palabras que puedan resultar polisémicas a la hora de interpretar el uso de medios, se recomienda preguntarle por su propia interpretación de sus palabras empleadas. Esto se recomienda, especialmente, para el uso de la palabra “televisión”, de manera que se busque aclarar si el participante se refiere al uso de un dispositivo o a la visualización de un contenido emitido por cadenas de televisión. En ese último caso, se recomienda intentar aclarar, también, a qué tipo de visionado se refiere con respecto al momento de emisión, en el sentido de sincrónico o asincrónico.

## 6. Referencias bibliográficas

- Adams, W. J. (2000). How people watch television as investigated using focus group techniques. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(1), 78-93.  
[https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4401\\_6](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4401_6)
- Courtois, C., Mechant, P., Paulussen, S., & De Marez, L. (2012). The triple articulation of media technologies in teenage media consumption. *New Media & Society*, 14(3), 401-420.  
<https://doi.org/10.1177/1461444811415046>
- Courtois, C., Verdegem, P., & De Marez, L. (2013). The triple articulation of media technologies in audiovisual media consumption. *Television & New Media*, 14(5), 421-439.  
<https://doi.org/10.1177/1527476412439106>
- Dvir-Gvirsman, S. (2022). Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach. *New Media & Society*, 24(8), 1791-1812.  
<https://doi.org/10.1177/1461444820961349>
- Edgerly, S. (2015). Red media, blue media, and purple media: News repertoires in the colorful media landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 1-21.  
<https://doi.org/10.1080/08838151.2014.998220>
- Ferguson, D. A. (1992). Profile: Channel repertoire in the presence of remote control devices, VCRs and cable television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36(1), 83-91.  
<https://doi.org/10.1080/08838159209364156>
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (1993). Media and audience influences on channel repertoire. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37(1), 31-47.  
[https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\\_1](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_1)
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 155-174.  
[https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\\_1](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_1)
- Findahl, O., Lagerstedt, C., & Aurelius, A. (2013). Triangulation as a way to validate and deepen the knowledge about user behaviour: A comparison between questionnaires, diaries

- and traffic measurements. In G. Patriarche, H. Bilandzic, J. L. Jensen, & J. Jurisic (Eds.), *Audience Research Methodologies: Between Innovation and Consolidation* (pp. 54-69). Routledge.
- Geers, S. (2020). News consumption across media platforms and content: A typology of young news users. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 332-354. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa010>
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2012). Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Participations*, 9(2), 757-779.
- Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, 23(4), 362-377. <https://doi.org/10.1177/1354856517700384>
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications* 31(3), 369-387. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2006.023>
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12(1), 126-152. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00070.x>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jensen, K. B. (2010). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London; New York: Routledge.
- Lai, C. H., & Tang, T. (2015). Understanding local news consumption and community participation via the lens of information repertoires and media multiplexity. *Mass Communication and Society*, 18(3), 325-349. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.995768>
- Lee, F. L. F., Leung, L., Qiu, J. L., & Chu, D. S. C. (2013). Introduction: Challenge for New Media Research. In F. L. F. Lee, L. Leung, J. L. Qiu, & D. S. C. Chu (Eds.), *Frontiers in New Media Research* (pp. 6-16). Routledge.
- Lee, H., & Yang, J. (2014). Political knowledge gaps among news consumers with different news media repertoires across multiple platforms. *International Journal of Communication*, 8, 597-617. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2455>
- Orlikowski, W. J., & Yates, J. (1994). Genre repertoire: The structuring of communicative practices in organizations. *Administrative science quarterly*, 39(4), 541-574. <https://doi.org/10.2307/2393771>
- Pool, I. de S. (1983). *Technologies of freedom*. Cambridge, Massachusetts and London, England: Cambridge [Mass.]: Harvard University Press, 1983.
- Reagan, J. (1996). The “repertoire”; of information sources. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(1), 112-121. <https://doi.org/10.1080/08838159609364336>

- Reagan, J., Pinkleton, B., Chen, C. F., & Aaronson, D. (1995). How do technologies relate to the repertoire of information sources? *Telematics and Informatics*, 12(1), 21-27. [https://doi.org/10.1016/0736-5853\(94\)00035-R](https://doi.org/10.1016/0736-5853(94)00035-R)
- Schrøder, K. C. (2011). Audiences are inherently cross-media: Audience studies and the cross-media challenge, *CM: Communication & Media Journal / CM: Casopis za Upravljanje Komuniciranjem*, 28(6), 5-27.
- Schrøder, K. C. (2015). News media old and new. *Journalism studies*, 16(1), 60-78. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890332>
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). Navigating cross-media news use. *Journalism Studies*, 18(11), 1343-1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C., & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968. <https://doi.org/10.1177/1461444811436146>
- van Rees, K., & van Eijck, K. (2003). Media repertoires of selective audiences: The impact of status, gender, and age on media use. *Poetics*, 31(5-6), 465-490. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2003.09.005>
- Watson-Manheim, M. B., & Bélanger, F. (2007). Communication media repertoires: Dealing with the multiplicity of media choices. *MIS Quarterly*, 31(2), 267-293. <https://doi.org/10.2307/25148791>
- Webster, J. G., & Ksiazek, T. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media. *Journal of Communication*, 62(1), 39-56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>
- Wolf, C., & Schnauber, A. (2015). News consumption in the mobile era. *Digital Journalism*, 3(5), 759-776. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.942497>
- Yuan, E. (2011). News consumption across multiple media platforms. *Information, Communication & Society*, 14(7), 998-1016. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.549235>

**Financiación:** El estudio empírico descrito en este artículo procede de una tesis doctoral que forma parte de los resultados del proyecto DIGINATIVEMEDIA – Cibermedios nativos digitales en España: caracterización y tendencias (ref. RTI2018-093346-B-C31) del Programa Estatal de I+D+i Orientado a los Retos de la Sociedad, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España. La realización de la tesis doctoral fue posible gracias al apoyo económico de la Beca de Personal Investigador en Formación que concede la Asociación de Amigos de la Universidad de Navarra y al Programa de Ayudas de Movilidad para la Obtención de Mención “Doctor Internacional” de la Universidad de Navarra.

**Conflicto de intereses:** la autora declara que no existen.

**Traducción al inglés:** aportada por la autora.

**HOW TO CITE (APA 7ª)**

Rodrigo-Jordán, C. (2024). Metodología de un estudio cualitativo de repertorios de vídeo basada en la propuesta analítica de Hasebrink y Domeyer. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 5(2), 33-46. <https://doi.org/10.35951/v5i2.198>