

MATERIALES DE **TRABAJO 17**

Territorios de comunicación

**Recorridos de investigación para
abordar un campo heterogéneo**

Natalia Raimondo Anselmino
María Cecilia Reviglio
(Editoras)



Quito - Ecuador
2013

Territorios de comunicación

Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo

Primera Edición

© Natalia Raimondo Anselmino
María Cecilia Reviglio
(Editoras)
300 ejemplares - Febrero 2013

ISBN: 978-9978-55-104-2
Código de barras: 978-9978-55-104-2
Registro derecho autoral: 040707

Portada y Diagramación
Diego Acevedo

Impresión
Editorial "Quipus", CIESPAL
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Índice

Prefacio	7
<i>Natalia Raimondo Anselmino y María Cecilia Reviglio (editoras)</i>	
Capítulo 1	13
Tradiciones, límites y tensiones en las nuevas tramas del estudio de la comunicación <i>Susana Frutos</i>	
Capítulo 2	27
Jóvenes, competencias discursivas y universidad. Apostillas a una tesis doctoral <i>María Cecilia Reviglio</i>	
Capítulo 3	49
Un análisis sociosemiótico de la prensa online: investigar el presente en transición <i>Natalia Raimondo Anselmino</i>	
Capítulo 4	73
Análisis crítico del androcentrismo en el discurso informativo <i>Florencia Laura Rovetto</i>	
Capítulo 5	101
Humor, o la delimitación teórica de una práctica inasible <i>Lautaro Cossia</i>	

Capítulo 6	127
Al interior de una prisión: del secreto a la conducta en el umbral <i>Mauricio Manchado</i>	
Capítulo 7	149
Circuitos culturales y memorias sociales como entrada al problema de la rurbanidad <i>Claudia Kenbel</i>	
Capítulo 8	173
Los usos de textos impresos y digitales en la universidad. Relato de un proceso <i>Soledad Ayala</i>	
Capítulo 9	191
De la explosión a la implosión socio-técnica. Usos y apropiaciones de las TIC en ciberlocales <i>Sebastián Ramiro Castro Rojas</i>	
Capítulo 10	215
Del trabajador al empleable. Los espacios de ofertas laborales en la prensa y sitios web <i>Andrea Calamari</i>	
Los autores	233

Capítulo 3

Un análisis sociosemiótico de la prensa online:

investigar el presente en transición

Natalia Raimondo Anselmino

Preámbulo o “he aquí el principio de una historia”

Con la llegada de la prensa diaria a Internet se observó una significativa multiplicación de los sectores destinados a darle al lector no solo la posibilidad de que se exprese, sino, también, de que su producción se materialice en la misma interfaz de los diarios *online*, más específicamente en aquellas instancias que he decidido denominar como *espacios de intervención y participación del lector*. Ello despertó mi interés por conocer de qué modo este fenómeno altera -modifica, tensiona, redefine- la relación que se establece entre los dos polos por los que circula el sentido: *producción y reconocimiento*.¹⁴ Con esta motivación, me propuse articular dos aspectos que consideré centrales para este estudio: por un lado,

14 Afirma Verón (2004): “Producción y reconocimiento son los dos polos del sistema productivo del sentido (...) El analista del discurso puede interesarse ya sea por las condiciones de generación de un discurso o un tipo de discurso, ya sea por las lecturas de que ha sido objeto el discurso, es decir por sus efectos” (p. 41).

las *condiciones de posibilidad* de participación del lector que los diarios propician -a partir de la particular disposición de los espacios destinados a la intervención y participación del lector- y, por otro, ciertas *gramáticas de reconocimiento* recuperables en los discursos de los lectores que se plasman en dichos sectores del diario.

Esta investigación se inscribe en una perspectiva semiótica particularmente fértil para abordar los fenómenos complejos de producción de sentido, como son aquellos que tienen lugar en el marco de los medios masivos de comunicación, y que habitualmente es denominada como *sociosemiótica*, dado que concibe al sentido como supraindividual -es decir, social y no subjetivo. Se trata de una *teoría de los discursos sociales* (Verón, 1998) que, en su articulación con la teoría sistémica luhmanniana promovida por Verón y Boutaud (2007), ha redoblado su versatilidad para ahondar en la “relacionalidad de las relaciones” (Luhmann, 1998: 34) que se dan entre el *sistema de medios masivos de comunicación* (Luhmann, 2000) y el entorno humano o *sistema del actor*.

Hagamos un paréntesis aquí para señalar que la teoría sociológica propuesta por Luhmann les permitió a Boutaud y Verón encontrar un camino para articular los procesos autopoieticos o autorreferenciales¹⁵ de dos sistemas considerados autónomos: el sistema de los medios y el sistema psíquico o *sistema del actor* (Boutaud y Verón, 2007: 11). Dado que para Luhmann los individuos no forman parte del sistema de medios,¹⁶ sino que están en el *entorno humano*, toda semiótica

15 En *Sistemas sociales*, Luhmann (1998) aclara: “La teoría de sistemas autorreferenciales sostiene que la diferenciación de los sistemas solo puede llevarse a cabo mediante autorreferencia; es decir, los sistemas solo pueden referirse a sí mismos en la constitución de sus elementos y operaciones elementales [...] por lo menos tienen que ser capaces de utilizar, al interior del sistema, la diferencia entre sistema y entorno como orientación y principio del procesamiento de información” (p.33).

16 Aunque sí sería posible encontrar, al interior de este sistema, lo que Luhmann (2000) denomina *motivos personales*, que no se entienden de manera psíquica sino como representaciones de comunicación que implican “procesos de atribución comunicacional referida a individuos” (p. 105).

que pretenda articular los sentidos producidos en cada uno de estos sistemas -que los autores mencionados distinguen como *semiótica de tercera generación*- debe, necesariamente, considerar dicha diferencia y, al mismo tiempo, generar los mecanismos teóricos y metodológicos que le permitan estudiar las posibles articulaciones.

Asimismo, me propuse articular la mirada semiótica ya señalada con la caracterización que Braga (2006) realiza del *sistema social de respuesta* o *sistema de interação social sobre a mídia*.¹⁷ ese sistema social que no es habitualmente reconocido y que concentra los discursos producidos por la audiencia como respuesta a los *estímulos* inicialmente producidos por los medios.¹⁸ En este marco, se distingue la categoría de *crítica mediática*, que ha sido de suma utilidad para la delimitación del corpus de análisis. La *crítica mediática* es una respuesta del público que *retoma* al medio¹⁹, y que tiene por peculiaridad versar sobre el mismo, sus procesos o productos; en palabras del autor:

podemos dizer que críticas midiáticas são trabalhos explícitos sobre determinadas produções da mídia, baseados em observação organizada de produtos, com objetivos (expressos o implícitos) determinados por motivações socioculturais diversas e voltados para o compartilhamento, na sociedade, de pontos de vista, de

17 Vale advertir que Braga no utiliza el término *interacción* para referirse específicamente a la *interacción estricta o directa* que puede establecerse entre un medio y sus destinatarios, sino a un proceso social más amplio, diferido y difuso.

18 En su libro *A sociedade enfrenta sua mídia* el autor describe un sistema social cuya peculiaridad no podría ser subsumida ni por el *subsistema de produção* ni por el *subsistema de recepção*; se trata de un tercer sistema propio de los procesos mediáticos que concentra las actividades de respuesta.

19 *Retorno, respuesta y crítica mediática* no funcionan, en este modelo teórico, como sinónimos, sino que hay entre ellos distintos niveles de conexión. Se considera *respuesta* a aquellos discursos de la audiencia -que pueden ser o no una *crítica mediática*- cuya producción ha sido motivada por un discurso previo del medio; no obstante, solo en algunos casos dicha *respuesta* retorna al interlocutor -es decir, al medio-, del mismo modo que ciertos procesos de *retorno* -por ejemplo los datos de venta o índices de audiencia- no han sido generados por lo que Braga (2006) considera, precisamente, como *respuesta*.

interpretações e/ou de ações sobre os propios produtos (ou tipo de produtos), seus processos de produção e/ou seu uso pela sociedade (Braga, 2006: 71).

El proceso antes expuesto dio como resultado una tesis doctoral titulada *El vínculo diario-lector en los periódicos online. Análisis de los espacios de intervención y participación del lector en los diarios argentinos Clarín y La Nación*.²⁰

Como una de las funciones de este libro es dar cuenta del proceso de gestación y desarrollo de investigaciones propias del campo de la comunicación, comenzaré por compartir los prolegómenos de la definición del tema y la delimitación del problema de investigación. Luego de ello, relataré cómo llegué a interesarme por el análisis de los *espacios de intervención y participación del lector* en la prensa *online*, y cómo abordé dicho objeto. Por último, pasaré a considerar algunas de las consecuencias (y dificultades) teóricas y metodológicas que debí afrontar en el camino recorrido.

Breve historia de cómo llegué hasta acá

Mi interés por la prensa *online* tiene su germen en una investigación de la que participé entre comienzos del año 2004 y fines de 2006, denominada *Las estrategias discursivas del contacto en la prensa diaria argentina actual*,²¹ y en la cual se reflexionó acerca de la emergencia de una serie de modificaciones a las modalidades clásicas de la prensa en cuanto a construcción de representación de la opinión pública. En ese marco, participé en la labor de analizar las características que asumían las *estrategias discursivas del contacto*

20 Tesis dirigida por el profesor Luis Baggiolini, codirigida por el profesor Rubén Biselli, y defendida, en el marco del Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), en marzo de 2012. La investigación se llevó a cabo con la ayuda económica de dos becas de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet).

21 Radicada en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR, y dirigida por la doctora Sandra Valdetaro.

-como un modo peculiar de configuración del vínculo enunciativo que, como sostienen Biselli y Valdetaro (2004), está fuertemente anclado en la tecnología de la transmisión en directo de imagen-sonido- en un corpus conformado por tres diarios *online* nacionales: *Clarín*, *La Nación* y *Página/12*. Allí comencé a interesarme por el crecimiento significativo de aquellos sectores de la interfaz de los diarios estudiados, que más tarde denominé como *espacios de intervención y participación del lector*.²²

Paralelamente al examen de las interfaces de los diarios digitales emprendí la tarea de realizar un estado de la cuestión de las principales producciones sobre prensa *online*, encontrando con asombro que, por un lado, eran realmente escasas las investigaciones que abordaban el tópico desde una mirada semiótica y, por otra parte, que esos espacios -de intervención y participación- que tanto llamaban mi atención ocupaban -al menos en ese momento preliminar de mi estudio- un lugar claramente relegado en las reflexiones sobre las peculiaridades del *periodismo digital*.

22 Designo de este modo a todas las instancias de un diario *online* en donde se cristaliza o manifiesta la actividad del lector. Los *espacios de intervención* son aquellos sectores del diario *intervenidos* o *penetrados* por alguna acción del lector que ha dejado una huella en la interfaz del periódico (con excepción de la producción de enunciados): los rankings (de notas más leídas, más comentadas, más votadas, etcétera), las encuestas, la votación de notas, el reporte de abuso en comentarios, y el listado de lecturas relacionadas. Por su parte, llamo *espacios de participación* a los sectores del diario donde el lector puede manifestarse discursivamente produciendo enunciados: las cartas de lectores, los foros de discusión, los blogs, los comentarios a las noticias, los espacios relacionados con redes sociales, las páginas de periodismo ciudadano, entre otros. La clasificación presentada no comprende todas las instancias de *interacción* o *interactividad* que las interfaces de los diarios proponen a sus usuarios. A diferencia de lo que plantean otros autores (Albornoz, 2007; Deuze, 2001; Rost, 2006), no he tenido en cuenta en esta investigación los espacios que apelan a aquellas actividades de los lectores que no dejan rastro alguno. De modo que quedan fuera de nuestra mirada aspectos como la publicación de correos electrónicos de los periodistas -que Deuze, Albornoz y Rost incorporarían en sus respectivos inventarios de *áreas* u *opciones* de participación-. Tampoco se tienen en consideración las posibilidades de *customización* que propone cada interfaz.

Si bien desde mediados de la década de los 90 comenzaron a proliferar los trabajos que ubicaban a la *interactividad* como una de las características distintivas del nuevo medio -junto con la *hipertextualidad*, la *multimedialidad* y la *memoria*- tuvieron que pasar muchos años para que las nuevas lógicas de participación del público se consideraran objeto central de interés, viraje que es posible ubicar luego del primer decenio de producción sobre el periodismo digital, allá por el año 2005, cuando comienza a expandirse lo que se denomina *contenido generado por usuarios* (UGC, en su sigla en inglés), en principio por medio de los weblogs (Raimondo Anselmino, 2012).

Con las inquietudes hasta aquí expuestas, obtuve en el año 2007 una beca de Conicet para llevar a cabo un plan de trabajo que representó -numerosas reformulaciones mediante- el primer paso de la investigación que aquí presento, y cuyo título liminar era: *Divergencias y continuidades entre el diario impreso y el periódico digital. Las transformaciones en la interacción diario-lector en la prensa argentina actual*. Aunque entre ese momento y la finalización de mi tesis doctoral solo mediaron cinco años, resulta por demás estimulante pensar cuánto cambió, durante ese período, el ecosistema mediático internacional. Recuérdese, por ejemplo, que en 2007 *Facebook* y *Twitter* no tenían el reconocimiento ni la audiencia actual; eran aún productos incipientes que comenzaban a sumar adeptos, y pasarían al menos un par de años hasta que el público los incorporara en su larga lista de consumos culturales. El espacio de los *comentarios de lectores* era también una reciente novedad. Fue, incluso, a los pocos meses de gestación de esta nueva herramienta dispuesta, en principio, por *La Nación*²³, que fue posible observar que el uso que los lectores-usuarios hacían de estos espacios parecía distanciarse de lo esperado por el medio²⁴, especie de hipótesis de trabajo que funcionó

23 *La Nación* abrió todas sus noticias a comentarios en julio de 2007.

24 Tal como se deriva del análisis de los *comentarios* a los posteos del blog de *Clarín*, pero sobre todo en los dispuestos en las noticias de *La Nación*, los lectores reconocen el valor agregado que para ellos detenta la posibilidad de conocer los puntos de vista de otros lectores, expresar y compartir sus propias ideas al

como motor de mi curiosidad a lo largo de toda la investigación. De hecho, ha sido esta instancia de participación la que más captó mi atención, como un sector del periódico digital en el cual -retomando nuevamente la teoría sistémica luhmanniana- se produce un peculiar proceso de cristalización o materialización de la *interpenetración* entre el *sistema de los medios* y el *sistema del actor*. Me interesaba conocer, especialmente, qué tipo de vínculo diario / lector subyacía en el hecho de que las interfaces de los diarios digitales admitan que los comentarios de los lectores se interpolen en la noticia y produzcan en conjunto un texto que nos permite observar la circulación que allí se establece entre producción y reconocimiento del sentido.

El camino recorrido

Este estudio se circunscribió al análisis de las ediciones digitales de dos diarios de información general de *alcance nacional*: *Clarín* y *La Nación*. Ambos periódicos son parte de los denominados diarios de *referencia dominante*,²⁵ al tiempo que se encuentran entre los sitios más visitados de Argentina²⁶ y marcan *tendencia* a la hora de fijar pautas de diseño y funcionalidad.

respecto o, simplemente, desahogarse y hacer catarsis. Ahora bien, una vez que para captar su atención, o al menos parte de ella, los periódicos le otorgan al lector un conjunto de espacios para su intervención y participación, ya no pueden controlar completamente su uso, y el usufructo de los mismos muchas veces se distancia de lo previsto por el medio. Es decir, se evidencia cierto conflicto entre la lógica propuesta por el medio y la (o las) lógica(s) de participación del público. Esto explica, en parte, las constantes acciones que *La Nación* llevó a cabo para reencauzar el flujo comunicativo de la audiencia que tiene lugar en los *comentarios* -a través del ranking de usuarios, del otorgamiento de medallas o del enlace con el perfil de Facebook-, como la sintomática retracción de los espacios de intervención y participación que se evidenció en el rediseño que *Clarín* puso en línea en el año 2010 (Raimondo Anselmino, 2010).

25 Entendiendo el sintagma “de referencia dominante” según lo han desarrollado oportunamente Traversa y Steimberg (1997: 78-79).

26 Según las métricas registradas por el Interactive Advertising Bureau (IAB, 2011), ambos diarios se encuentran a la cabeza -*Clarín* en el primer puesto y *La Nación* en el segundo- de la mayoría de los rankings de audiencia de sitios argentinos en Internet: ranking de redes publicitarias, ranking de propiedades, ranking general de sitios y ranking de diarios. Asimismo, según las mediciones llevadas a cabo

En una primera etapa, llevé a cabo un trabajo exploratorio cuyo objetivo fue identificar y describir los diferentes *rediseños* de las interfaces de *lanacion.com* y *clarin.com*, realizando un recorrido histórico, de carácter descriptivo, de la incorporación de cada uno de los *espacios de intervención y participación del lector* en los diarios digitales -así como también de las distintas alteraciones que los mismos han sufrido a lo largo del tiempo.

Cabe aclarar que consideré como *rediseño* a toda alteración sustancial de la diagramación de las portadas -de *Clarín* y *La Nación*- que modificaron la organización topográfica y taxonómica del *home* de los diarios estudiados,²⁷ diferenciando este tipo de alteración entre las variadas modificaciones y ajustes que todos los sitios realizan constantemente sobre sus interfaces.

Para poder identificar los distintos rediseños que sufrió la interfaz del diario *La Nación* desde que fue puesta en línea el 17 de diciembre de 1995, tuve en cuenta tanto el registro sistemático derivado de la observación de los distintos ejemplares almacenados en la base de datos de *web.archive.org*²⁸ y de un registro propio que realicé desde los inicios de esta investigación, como también un especial multimedia que publicó el diario el 17 de diciembre de 2010, con motivo de cumplirse 15 años de su lanzamiento en el ciberespacio.

por Alexa (2011), *Clarín* y *La Nación* son los dos únicos diarios de *información general* que se encuentran entre los primeros 15 sitios más visitados en Argentina -incluyendo en el recuento, en este caso, a sitios internacionales como Google, Facebook, etcétera.

27 Recordemos, siguiendo a Verón (1983), que la diagramación resulta de la combinación de dos modos de organización: "Uno, topográfico, atañe a la presentación, la fragmentación y el relacionamiento de los espacios. Otro, taxonómico, a los sistemas de significación utilizados por cada diario como un tablero semántico, cuyos casos serían llenados por los acontecimientos del día" (p. 94).

28 Se trata de un archivo digital realizado y sostenido por Internet Archive, organización sin fines de lucro, con sede en San Francisco (EEUU), que fue fundada en 1996 para crear una biblioteca de Internet. Desde allí se puede ingresar a una base de datos que contiene distintas versiones de los sitios web que han sido almacenados, ordenados por meses y años.

Pude identificar, así, los siguientes rediseños -algunos con fechas aproximadas-:

- 30 de abril de 1996,
- 6 de octubre de 1999,
- 2001,
- 16 de agosto de 2004,
- entre 12 de abril y el 19 de octubre de 2005,
- 10 de julio de 2007,
- 28 de junio de 2008,
- 11 de enero de 2010,
- fines de 2010 - principios de 2011.

En el caso de clarin.com, consideré, por un lado, las fechas suministradas por Rost y García (2008) en su revisión sobre los primeros doce años de *Clarín* en la red. Los autores mencionados identifican los siguientes rediseños de la interfaz del diario que fuera puesta en línea el 10 de marzo de 1996:

- 20 de agosto de 1997,
- 1 de julio de 1999,
- 4 de noviembre de 2000,
- 11 de septiembre de 2002,
- 3 de mayo de 2004,
- 9 de marzo de 2006, y
- 3 de octubre de 2007.

A estos datos se sumaron los obtenidos a partir del registro propio efectuado desde 2007, que me permitió distinguir también los dos últimos rediseños dispuestos por el periódico:

- el del 14 de diciembre de 2008, y
- el del 29 de mayo de 2010.

A su vez, recopilé todas aquellas noticias, redactadas por ambos periódicos, que estuvieran emparentadas con los cambios en las interfaces analizadas. Una vez diferenciados todos los *rediseños* del diario, me aboqué a examinar los respectivos ejemplares de las distintas interfaces, poniendo especial atención en la indagación de los *espacios de intervención y participación del lector* dispuestos en el cuerpo central de ambos diarios. Asimismo, para el análisis específico de las últimas interfaces de *Clarín* y *La Nación* -es decir, las que se pusieron en línea con posterioridad al último rediseño indicado para cada uno de estos diarios-, durante los meses de enero y febrero de 2011 exploré el interior de las secciones y los suplementos que se publican durante la semana, para tener una idea más acabada de la disposición actual de los *espacios de intervención y participación del lector*.²⁹

La observación de las respectivas interfaces se completó con una serie de entrevistas informales realizadas a referentes de *Clarín* y *La Nación*. En el caso del primero, entrevisté a Darío D'Atri, editor jefe de clarín.com; para el segundo, contacté vía correo electrónico y telefónicamente a Rodrigo Santos, *Community Manager* de *La Nación Digital*. Todo lo expuesto hasta aquí me permitió responder los siguientes interrogantes: ¿Qué espacios del diario permiten la intervención o participación del lector? ¿Cuántos espacios están disponibles en cada medio? ¿Cuándo fueron incorporados a la interfaz del diario? ¿Quiénes pueden participar allí? ¿Qué requisitos deben cumplir? ¿Qué operaciones exigen por parte del lector? ¿Qué actividades pueden realizarse en dicho espacio? Por otra parte, procuré examinar qué lugar ocupaba la opinión de los lectores en los periódicos en línea o, más específicamente, de qué manera se ponían en relación con el universo noticioso de estos medios: ¿Se hace referencia a los *espacios de intervención*

²⁹ Incluso, durante la semana comprendida entre el 5 y el 11 de febrero de 2011, realicé una exploración de la edición papel de ambos periódicos. En la misma identifiqué las instancias de intervención y participación del lector presentes en el cuerpo de cada diario, dando cuenta de la sección o suplemento que les daba cabida.

y participación del lector al interior de las noticias? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?

Finalmente, y a partir de todo lo antes expuesto, decidí analizar detenidamente dos *espacios de participación del lector* -uno para cada diario- que, a partir de la indagación ya realizada, consideré centrales en el *contrato de lectura* que cada medio propone y que, por lo tanto, fue distinto en cada caso. El espacio de participación privilegiado en la estrategia propuesta por *La Nación* es el de los *comentarios de lectores a las noticias*; por su parte, *Clarín* le ha otorgado un lugar privilegiado a los *blogs*. En uno y en otro, mi interés se centró, principalmente, en analizar la articulación que se establece entre la *gramática de producción* del discurso que propone el medio y ciertas *gramáticas de reconocimiento* presentes en los discursos de los lectores que se materializan en el espacio de los *comentarios* -comentarios a las noticias en *La Nación*, comentarios a los posteos de un blog en *Clarín*.

Como puede advertirse, en este momento de mi trabajo decidí circunscribir el análisis a los *espacios de participación* -recayendo específicamente en los *comentarios del lector*, en particular- porque es precisamente en ellos -y no en los denominados *espacios de intervención*- donde el lector se manifiesta discursivamente produciendo enunciados y, por lo tanto, en donde se hace visible un tipo de *respuesta* del público que es posible analizar desde el punto de vista enunciativo. Por otro lado, llevé a cabo el análisis de los *comentarios* considerando el período establecido entre los años 2007 y 2010. El 2007 marca no solo el inicio de esta investigación, sino también -como señalé al comienzo- el momento de aparición de los *comentarios del lector* en las interfaces de los diarios estudiados.

De este modo, para el caso de *La Nación* conformé un corpus compuesto por doce noticias -cada una con sus respectivos comentarios, que en total suman 3.578 posteos- que tienen una característica peculiar: son noticias que de alguna manera versan

sobre el diario o sus productos. A continuación se listan las mismas, especificando las fechas de publicación de cada una, título y cantidad de comentarios que obtuvo -señalada entre paréntesis-:

- 15/07/2007: *La Nación abre todas sus páginas a los lectores* (224)
- 10/10/2007: *Premian a La Nación por la creación de comunidades online* (4)
- 28/11/2007: *El futuro de la prensa está atado al futuro de Internet y a la innovación* (8)
- 28/06/2008: *El nuevo lanacion.com* (592)
- 6/07/2008: *Cómo aprovechar mejor el nuevo lanacion.com* (47)
- 23/11/2008: *Los lectores de lanacion.com rechazaron la estatización de las AFJP* (419)
- 15/08/2009: *El futuro de los diarios en Internet* (18)
- 23/09/2009: *Los usuarios de lanacion.com destacados de la semana* (140)
- 27/12/2009: *La Nación estrenó su Redacción integrada* (42)
- 23/04/2010: *Cumpleaños del suple en el país de Twitter* (19)
- 29/04/2010: *La batalla cultural* (231)
- 18/11/2010: *Calificación de usuarios en lanacion.com* (1.834)

En el caso de *Clarín*, decidí limitar el análisis al weblog “Novedades”, gestionado por “Clarín Blogs”, dado que dicha bitácora era, precisamente, el espacio en el cual este diario difundía las noticias relacionadas con novedades “de la comunidad de blogs”. De modo que indagué la totalidad de las 253 notas -y sus respectivos

comentarios- que fueron publicadas desde el 8 de enero de 2008 -fecha en que se puso en línea esta bitácora- al 10 de diciembre de 2010. Los comentarios suman un total de 4.308 posteos.

Como puede verse, tanto en el caso de *La Nación* como de *Clarín*, seleccioné, por un lado, un conjunto de notas y, por otro, ciertos discursos de lectores-usuarios en los cuales el propio medio y sus productos son objeto de referencia expresa y que, por lo tanto, pueden ser incluidos dentro de lo que Braga (2006) denomina como *crítica mediática*. A partir del análisis de las *gramáticas de reconocimiento* de los comentarios de lectores, me dediqué a distinguir constantes o recurrencias significativas en las *respuestas* del lectorado a la estrategia enunciativa del medio.³⁰ Dichas recurrencias me permitieron inferir un conjunto de lógicas de reconocimiento -es decir, la discriminación de tipos o categorías de lectura o, mejor dicho, de lectores.³¹

Hay piedras en mis zapatos

Llegó el momento de rememorar los escollos, de distinto tenor, con los que me enfrenté en mi investigación; esas molestas piedras en los zapatos, siempre perturbadoras, de las que debí librarme para seguir andando.

En cuanto a los desafíos metodológicos, vale destacar uno que apareció desde un principio: considérese que una de las características distintivas de los periódicos digitales es la constante mutabilidad de la información presentada. Esto, en cierta forma, complejiza la tarea de construcción del corpus tal como es concebida

30 Recuérdese que, según Verón (2004), "las operaciones que se toman en consideración deben ser *regulares*, esto es, deben constituir *invariantes*, modalidades de discurso que se repiten y que, en consecuencia, dan cierta estabilidad a la relación soporte/lector" (p. 179).

31 Ya que el acto de lectura es en sí inabordable, "el estudio del reconocimiento es más bien un estudio del lector que de la lectura, basado en el análisis del discurso del lector" (Verón; 2004: 209).

tradicionalmente. Ante ello, debí ir ensayando diferentes estrategias para poder delinear las distintas etapas de delimitación y análisis que presenté ya en este escrito. Súmese, además, el hecho de que al comenzar con la tarea de recopilación del corpus me encontré, para mi sorpresa, ante la situación de que los diarios digitales estudiados no contaban con un archivo sistemático de todos sus rediseños -en muchos casos ni siquiera disponían de las fechas precisas en que se produjeron dichos rediseños, ni habían almacenado los ejemplares de las diferentes portadas-³² por lo que debí llevar adelante un arduo trabajo de reconstrucción y recopilación. De modo que, si bien el reto por comprender un fenómeno de actualidad en continua transformación es apasionante, por momentos decepciona e, incluso, exaspera. Por ejemplo, cuando me encontraba cerrando el escrito de mi tesis, en agosto de 2011, *La Nación* publicó un nuevo rediseño de su interfaz, sobre el cual solo pude hacer alguna mínima referencia al margen; *Clarín*, por su parte, también efectuó un cambio a comienzos del mes de diciembre de dicho año, con ciertas peculiaridades que, en parte, ponían en cuestión algunos de los resultados previos de mi investigación.³³

Por otra parte, en cuanto a las consecuencias teóricas, se hace necesario mencionar que, para abordar satisfactoriamente la particular articulación que se da -en los *espacios de intervención y participación del lector*- entre producción y reconocimiento de sentido, fue menester repensar -y en algunos casos tensionar- algunas de las categorías

32 Esto mismo pude constatar en las distintas conversaciones llevadas a cabo con miembros de las ediciones *online* de *Clarín* y *La Nación*.

33 Al momento de cerrar mi tesis explicité que una de las *disparidades invariantes* más notorias entre la estrategia de participación de *La Nación* y la de *Clarín*, se asentaba en el hecho de que para el primero, el espacio de los *comentarios de lectores* ocupaba un lugar medular, mientras que para *Clarín* casi era inexistente, considerando, entre otros factores, que este último diario permitía solo comentar algunas pocas notas en secciones como Deportes o iEco. No obstante, fuera del corpus de estudio, este diario puso en línea un nuevo rediseño en el cual, entre otras modificaciones, se destaca la incorporación de *plugs-in* (de Facebook, Yahoo, AOL y Hotmail) que permiten realizar comentarios en (absolutamente todas) las noticias vía el perfil que los usuarios poseen en otros sitios web o redes sociales.

que conforman en andamiaje teórico-metodológico del enfoque semiótico señalado, especialmente aquellos conceptos como el de *texto y reconocimiento*, que han sido legalizados en estadios previos del proceso de mediatización.

Considerando las interfaces de los diarios digitales como el *texto-pantalla* a analizar, esta investigación concibió al texto como el lugar donde el sistema de relaciones -que se da entre el texto y su producción, circulación y reconocimiento- “se constituye como producción discursiva de sentido” (Verón, 2004: 79). No obstante, dicho texto presenta ciertas diferencias con aquel sobre el cual, en su momento, teorizó Verón: es un *texto penetrado* por la producción discursiva del lector.

Si bien Verón (1998) considera en su definición de *soporte* tan solo las distinciones que se establecen entre el texto lingüístico y otras materialidades significantes -otros soportes- como la imagen o el cuerpo, es necesario advertir que los cambios socio-tecnológicos que se han dado en el pasaje del texto lingüístico impreso al texto digital -el texto creado gracias a la representación numérica que permite un ordenador, para utilizar la terminología de Manovich (2006)- afectan, aunque Verón parece no admitirlo,³⁴ las gramáticas de producción, circulación y reconocimiento. En este punto, recuperamos lo propuesto por Simone (1998; 2001), quien sostiene que el texto, como “cuerpo discursivo organizado según leyes propias” (2001: 115), ha sido percibido, a lo largo de la historia occidental, de dos maneras diferentes: como *texto protegido* o como *texto desarticulado*. Y, aclara, que la relación entre estas dos convenciones culturales acerca del texto ha sido oscilante; es

34 En la entrevista que el semiólogo sostuvo con Scolari y Bertetti (Verón; 2008), desmerece las reflexiones acerca de los *medios digitales*, sosteniendo que la digitalización es un “aspecto técnico de las condiciones de producción [y que] (...) eso no cambia nada en las condiciones de percepción-recepción: para los sujetos receptores que somos cada uno de nosotros, un texto sigue siendo radicalmente diferente de una imagen fotográfica, que sigue siendo radicalmente diferente de la secuencia oral de la una voz humana” (2008: 9).

decir, ninguna ha llegado a imponerse de modo definitivo, sino que han ido alternándose:

Siempre ha habido momentos en los que el texto ha sido tratado como un cuerpo que podía ser tranquilamente penetrado, mientras que en otros momentos, en cambio, su intangibilidad ha sido preservada con respeto y hasta con veneración. Se podría indicar la primera clase de fases con el término momentos de interpolación, la segunda con el término momentos filológicos (Simone, 2001: 117).

En la actualidad, nuestra idea acerca del texto se ha vuelto a modificar, y el pivote se inclina esta vez a favor del texto desarticulado, ya que, según el lingüista italiano, nos encontramos en un nuevo momento de interpolación:

El texto generado por un autor no se percibe como cerrado a intervenciones externas, (...) sino como una entidad abierta a la que se tiene acceso, con el propósito tanto de leer como de escribir. Cuando se desarticula el texto, se percibe como una entidad que se puede disgregar (separar), manipular y reagrupar de nuevo (reunir) sin dañar el texto en sí ni al autor (Simone, 1998: 244).

Considérense aquí las alteraciones producidas en la circulación de las noticias de los diarios *online*, que ya no solo pueden ser consumidas en el marco establecido por el ejemplar del periódico, si tenemos en cuenta que los sitios de estos medios posibilitan el envío y la sindicación -vía e-mail o redes sociales- de estas unidades-producto, en forma aislada.

Por otra parte, la presente *conciencia de la textualidad* no solo habilita su desarticulación, sino también permite que los “predadores del cuerpo del texto” (Simone, 2001: 139) -en nuestro caso, los lectores-usuarios-, dejen en él las marcas de su apropiación; una actividad que ya no se limita al *acto inmaterial* de la interpretación que no toca el cuerpo físico del texto, dado que ahora se permiten y habilitan nuevos grados de penetrabilidad.

Así como en la Edad Media, la glosa y los comentarios de los eruditos se interpolaban³⁵ con el texto del autor, hoy las interfaces de los diarios digitales admiten -al menos en ciertos espacios- que los comentarios de los lectores se interpolen en la noticia y produzcan en conjunto un texto que nos permite observar la circulación que allí se establece entre producción y reconocimiento. Como afirma Jenkins (2008), el trabajo de los consumidores ya no es más silencioso e invisible; al menos es posible advertir la existencia de ciertos *consumidores empoderados* -esa “audiencia activista” (Jenkins, 2009: 166) dentro de la cual podríamos incluir a los lectores-usuarios que intervienen y participan en los diarios- que, asimismo, han devenido “críticos mediáticos”.³⁶

Vale señalar, por otro lado, que esta investigación -o al menos parte de ella- procuró desentrañar no *la* recepción de los diarios digitales nacionales, sino, más bien, una de las aristas de ese fenómeno, que es posible abordar desde el punto de vista de la sociosemiótica: ciertas *gramáticas de reconocimiento* presentes en la manera en que, efectivamente, los lectores hacen uso de los espacios de intervención y participación del lector. De modo que, se hace aquí necesario retomar la distinción, planteada por Cingolani (2004), entre *recepción, consumo y reconocimiento*. Este autor separa aquellos estudios centrados en los *consumos* mediáticos -abordados como procesos relativamente autónomos, a veces resistentes- de otros cuyo interés recae en indagar sobre la producción de sentido implicada en las *condiciones de reconocimiento* de los discursos. Condiciones que remiten a:

35 Con el término *interpolación*, Simone recupera ciertos procedimientos ya estudiados por la ecdótica. La Real Academia Española define a la interpolación como la “palabra o fragmento añadido en la transmisión de un texto” (Cfr. <http://www.rae.es>); Simone (1998) agrega que consiste en “penetrar en el texto introduciendo sus propios fragmentos o los de otro: el resultado seguirá siendo un texto” (p. 253).

36 Jenkins (2008) aclara que está haciendo referencia solo a un tipo de consumidor: “he de reconocer que no todos los consumidores tienen acceso a las habilidades y los recursos precisos para ser plenos participantes en las prácticas culturales que estoy describiendo” (p. 33).

una instancia de puesta en relación de un discurso o conjunto discursivo con otro u otros, relación que hay que probar, y cuya naturaleza condicionante no siempre resulta 'visible' para los actores sociales, es decir, no es imprescindible que socialmente sea caracterizada como un acto de 'recepción de mensajes' (Cingolani, 2004: 4).

Preguntarse así por el *reconocimiento* de un determinado discurso es interrogarse por "las lecturas de que ha sido objeto el discurso, es decir por sus efectos" (Verón, 2004: 41) e intentar, por lo tanto, desentrañar cuáles son las determinaciones que definen las restricciones de su recepción. Este análisis implica una operación metodológica que consiste en ir de lo discursivo a lo extradiscursivo, ya que, como señala Verón (1998):

un conjunto discursivo no puede jamás ser analizado 'en sí mismo': el análisis discursivo no puede reclamar 'inmanencia' alguna. [...] Los 'objetos' que interesan al análisis de los discursos no están, en resumen, 'en' los discursos; tampoco están 'fuera' de ellos, en alguna parte de la 'realidad social objetiva'. Son *sistemas de relaciones*: sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación por una parte, y con sus efectos por la otra (pp. 127-128).

Sin embargo, en nuestro caso, se hace necesaria otra salvedad: mirando a la prensa tradicional, Verón sostenía que estudiar el reconocimiento de estos discursos mediatizados requería realizar un abordaje sincrónico que permitiera analizar el discurso de los lectores, el cual solo podía ser recuperado -como única manera de acceder a los mismos- en situación de entrevistas abiertas (Verón, 2004: 207). Tal como expuse en otro trabajo (Raimondo Anselmino, 2009), hoy, en la prensa online, son numerosos los espacios del diario que permiten la emergencia de la discursividad del lector, recuperable gracias a la propia interfaz del periódico. Es posible considerar, así, que las características distintivas de la materialidad significativa propia del corpus digital nos permiten recuperar, al mismo tiempo y en un mismo

espacio -el de la *interfaz*-, no solo la *gramática de producción* de los discursos generados por el diario, sino también ciertas *gramáticas de reconocimiento* de los mismos. Esto último es posible gracias a la presencia de indicios de la actividad de *lectura* -como huellas de las condiciones productivas- que se evidencian en los espacios que permiten que efectivamente emerja la intervención, la programación y la participación del lector. Como es evidente, la puesta en pantalla del diario -y con ella, el surgimiento de los espacios a partir de los cuales se materializa el discurso del lector- trae aparejada nuevas posibilidades de reconocer el *reconocimiento*.

Cómo estudiar el presente sin morir en el intento

Como señalé en las primeras líneas de este escrito, con el arribo de la prensa diaria a la web se evidenció, por primera vez en la historia de este medio, una significativa multiplicación de los *espacios de intervención y participación del lector*. Dicha situación, a la vez revela e interviene en -la complejidad del panorama es tal que resulta imposible reconocer qué determina qué- el modo en que se está redefiniendo la relación de la prensa con su público lector. Y el uso del aspecto imperfectivo no es aquí casual, dado que nos encontramos en un período de transición (Igarza, 2011; Jenkins, 2008) en el cual se está labrando una nueva ecología de medios más híbrida que las precedentes.

Como ya señalé en otro trabajo que compendia los resultados de esta investigación (Raimondo Anselmino, 2012b), a partir de las transformaciones socio-tecnológicas que se han generado desde que se popularizó Internet, las audiencias -que no son pasivas, nunca lo fueron- han efectuado movimientos inesperados y los medios se han visto ante la necesidad de alterar, incluso, parte de los cimientos que los sostienen con tal de no perder ese polo cada vez más inasible de todo proceso de comunicación. Estamos, así, ante una emergente *cultura participativa* (Jenkins, 2008), en la que los consumidores mediáticos son invitados a “participar activamente

en la creación y difusión de nuevos contenidos” (p. 277), donde la *convergencia* en el nivel de la producción se articula con la *divergencia* en recepción, como resultado de prácticas de consumo cada vez más personalizadas (Verón, 2007). Divergencia que, hoy, se articula con otro fenómeno promovido, en este caso, por las redes sociales en Internet: en los últimos tres o cuatro años -sobre todo desde 2008 a esta parte- las audiencias han comenzado a *compartir* sus experiencias de consumo a través de sus redes de afinidad *online*. Y eso ha vuelto a alterarlo todo.

Para cerrar, resta decir -aunque espero que el lector se haya percatado ya de ello- que esta investigación se topó, desde sus inicios, con el desafío que implica intentar comprender un fenómeno de actualidad en constante mutación. Y esto no solo por los enormes movimientos metodológicos que requiere el estudiar discursos mediatizados plasmados en soportes digitales *online*, sino, además, porque estamos aventurándonos en un medio de reciente gestación -no olvidemos que los primeros sitios web de periódicos datan de 1994- que, a su vez, se mantiene en continua transformación. Si bien, al comienzo de su inmersión en la red, dichas páginas web se limitaban a cumplir el rol de la edición digital del diario impreso, con el tiempo se constituyeron en un producto que, aún recuperando y manteniendo propiedades de la prensa papel, se plantea de forma cada vez más autónoma, con una estrategia propia -aunque en ciertos casos reintegrada a una política *transmedia*³⁷ y un público particular. Se abre así una etapa en donde lo *transicional* no es ya algo momentáneo -más bien pareciera anunciarse como un estilo de época caracterizado por constantes cambios socio-tecnológicos-, y en la cual, tal vez por un par de generaciones, quienes nos interesamos por comprender el funcionamiento de los medios y las *mediatizaciones*, debamos aceptar el hecho de que *sentirnos incómodos* (Igarza, 2011) ante tal inestable panorama, no es tanto un problema, sino la base

37 Es decir, en el marco de proyectos también denominados *cross-media* o *transmediáticos*, que promueven a la creación de productos o servicios que integran, sinérgicamente, plataformas de diferentes medios.

necesaria para poner en cuestión, repensar, tensionar, proponer, y menos para pronosticar, predecir, culminar o concluir.

Referencia

- Albornoz, L. (2007). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*, Buenos Aires: La Crujía.
- ALEXA (2011). "Top Sites in Argentina", *Top Sites (By Country)*, The Web Information Company. Disponible en <http://www.alexa.com/topsites/countries/AR> Recuperado el 23/05/2011.
- Biselli, R. y Valdetaro, S. (2004). "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita. (Hipótesis de investigación)", en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Vol. 9, Rosario: UNR Editora. pp. 219-221.
- Boutaud, J-J. y Verón, E. (2007). "Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces", en *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris : Lavoisier, Hermès Science. Traducción de Cingolani para la cátedra Medios y Políticas de Comunicación, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Instituto Universitario Nacional de Artes, 2008.
- Braga, J.L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática*, São Paulo: Paulus.
- Cingolani, G. (2004). "Consumo, recepción, gusto, o: lo que no es objeto de esta tesis", Cap. 1 de *Juicios de valor sobre canales de noticias. Un análisis discursivo*, Tesis de la Maestría en Ciencias de la Comunicación "Diseños de Estrategias en Comunicación", Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario, inédita. Disponible en <http://interfacesypantallas.files.wordpress.com/2008/04/sobreladesatencion.pdf> Recuperado el 18/03/2008.
- Deuze, M. (2001). "Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the Word Wide Web", en *First Monday*, University of Illinois, Chicago, Vol. 6, Nº 10. Disponible en http://131.193.153.231/www/issues/issue6_10/deuze/index.html Recuperado el 20/01/2011.

- IAB (2011). "Estado de Internet en Argentina". Disponible en http://www.iabargentina.com.ar/sites/default/themes/iab/downloads/comScore_State_of_Internet_Argentina_IAB_jun2011.pdf Recuperado el 25/08/2011.
- Igarza, R. (2011). "Transición: Los sistemas de mediaciones en las democracias", en Irigaray, F., Ceballos, D. y Manna, M. (eds.). *Periodismo Digital: Convergencia, redes y móviles*. 3º Foro de Periodismo Digital de Rosario, Rosario: UNR Editora. pp. 89-98.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). "¿Audiencias interactivas? La 'inteligencia colectiva' de los fans mediáticos", en *Fans, bloggers y videojuegos. La Cultura de la colaboración*, Barcelona: Paidós.
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, México: Anthropos.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*, España: Anthropos.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Buenos Aires: Paidós.
- Raimondo Anselmino, N. (2009). "Formas de pensar la relación de los medios con su público: reflexiones preliminares de una investigación sobre diarios digitales", en *Revista Question*, N° 23, La Plata.
- Raimondo Anselmino, N. (2010). "¿Qué te pasa Clarín? Crónica del desarrollo de los espacios de intervención y participación del lector", en *Revista LIS*, Vol. 5, Buenos Aires: UBA. pp. 57-67.
- Raimondo Anselmino, N. (2012). "Un repaso por los estudios sobre la prensa online en el ámbito académico nacional", en *Revista Question*, N° 33, La Plata. pp. 235-248.
- Raimondo Anselmino, N. (2012b). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*, Buenos Aires: Teseo.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*, tesis de doctorado, Facultat de Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, inédita.

- Rost, A. y García, V. (2008). "Del volcado del diario impreso a la lógica blog. Doce años de Clarín.com", en Bergonzi, J.C., Rost, A., Bergero, F., Bernardi, M.T., García, V. y Pugni Reta, M.E. *Periodismo digital en la Argentina: Diseño, interactividad, hipertexto y multimedialidad en sitios de noticia*, Río Negro: Publifadecs.
- Simone, R. (1998). "El cuerpo del texto", en Numberg, G. (comp.). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?*, Barcelona: Paidós.
- Simone, R. (2001). "¿Qué le sucederá al cuerpo del texto?", en *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*, Madrid: Taurus.
- Traversa, O. y Steimberg, O. (1997). *Estilo de época y comunicación mediática*, Tomo 1, Buenos Aires: Atuel.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central de Three Mile Island*, Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*, Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (2007). "Regreso al futuro de la comunicación", en *Cuadernos de Comunicación*, Rosario: Facultad de Ciencia Política y RRH, Rosario, UNR, N° 3. pp. 35-42.
- Verón, E. (2008). "La televisión, ese fenómeno 'masivo' que conocimos, está condenada a desaparecer", entrevista al autor realizada por Scolari y Bertetti, en *Revista Alambre. Comunicación, información, cultura*, N° 1, Buenos Aires. Disponible en <http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=13> Recuperado el 1/07/2010.