

Prensa *online* y tipos de lectores. Respuestas del público y lógicas de reconocimiento en los comentarios a las noticias del diario argentino *La Nación*

Online press and types of readers. Responses from
the public and recognition logics in comments to the
news of the Argentinian newspaper *La Nación*

NATALIA RAIMONDO ANSELMINO, Conicet, Universidad Nacional de Rosario,
Universidad Abierta Interamericana, Rosario, Argentina. (nraimondo@conicet.gov.ar)

RESUMEN

Este artículo examina, desde una mirada sociosemiótica, las distintas lógicas de respuesta de los lectores a la estrategia enunciativa de un periódico argentino *online* –el diario *lanacion.com.ar*, edición digital del matutino *La Nación*–, a partir de la indagación de las gramáticas de reconocimiento presentes en los comentarios a las noticias del medio. Como resultado del análisis de un total de 3578 comentarios de lectores, se identificaron constantes en las respuestas del público a la estrategia enunciativa de *lanacion.com.ar*, recurrencias significativas que permitieron inferir un conjunto de lógicas de reconocimiento, es decir, la discriminación de tipos de lectores: lector fiel integrado, lector fiel excluido, lector disidente, y lector crítico.

Palabras clave: discurso, prensa, lector, lógicas de reconocimiento, diarios *online*, participación, mediación.

ABSTRACT

This article examines, from a socio-semiotic perspective, the different response logics from readers to the enunciative strategy of an Argentine online newspaper –lanacion.com.ar, online edition of the daily La Nación–, through the investigation of recognition grammars present in the comments to the news media. As a result of the analysis of a total of 3578 comments from readers, constants were identified in responses from the audience to the enunciative strategy of lanacion.com.ar, and significant recurrences allowed inferring a set of recognition logics, namely, the discrimination of types of readers: Integrated faithful reader, excluded faithful reader, dissident reader, and critical reader.

Keywords: discourse, press, reader, recognition logic, online newspapers, participation, mediatization.

•Forma de citar:

Raimondo Anselmino, N. (2014). Prensa online y tipos de lectores. Respuestas del público y lógicas de reconocimiento en los comentarios a las noticias del diario argentino *La Nación*. *Cuadernos.info*, 34, 183-195. doi: 10.7764/cdi.34.535

INTRODUCCIÓN

El campo de estudios conocido como *periodismo online* está pronto a cumplir dos décadas de existencia y, tal como señalan algunos autores (Masip, Díaz Noci, Domingo, Micó Sanz & Salaverría, 2010; Raimondo Anselmino, 2012b; Meso Ayerdi, 2013), una de las últimas tendencias en el marco del mismo ha sido la relevancia cada vez mayor que se otorga a las preguntas sobre la participación del público en la prensa. El aniversario del primer decenio de producción sobre periodismo digital, allá por el año 2005, se convirtió en una fecha clave para la difusión de los primeros trabajos sobre participación en la web (Gillmor, 2004; Bowman & Willis, 2005; Martínez Rodríguez, 2005; Quadros, 2005; Varela, 2005), en parte debido a la creciente proliferación de contenido generado por usuarios (UGC, en inglés), que se amplificó significativamente con el, por entonces, afianzamiento del imperio de los blogs. Cinco años más tarde, entre finales de 2010 e inicios de 2011, comenzó a marcarse un nuevo pliegue en las reflexiones sobre la participación del público en la prensa, motivado, en este caso, por la consolidación del espacio que les permite a los lectores comentar el contenido de las noticias, así como por la fuerza de las repercusiones del sismo producido por las redes sociales en Internet (cfr. Raimondo Anselmino, 2012a).

Hoy en día, ya no caben dudas de que si hay algo que claramente está mutando, mientras cambia la prensa, es el lector; y, por lo tanto, urge propiciar investigaciones que se ocupen de estudiar la producción de sentido que tiene lugar en el ámbito de la recepción de los periódicos *online*. No obstante, podría decirse que es este un terreno aún no estudiado de forma sistemática y que, vale agregar, ha sido hasta el momento más explorado por las consultoras y las empresas de medios que por el propio ámbito académico de estudios sobre la comunicación.

La relevancia del presente texto se asienta, sobre todo, en el hecho de que el mismo se propone comenzar a sanear la carencia antes referida, examinando, desde una mirada sociosemiótica (fértil para el estudio de fenómenos complejos de producción de sentido, como lo son aquellos que tienen lugar en el marco de los medios masivos de comunicación), las distintas lógicas de respuesta de los lectores a las estrategias enunciativas de un periódico argentino *online* —el diario *lanacion.com.ar*, edición digital del matutino *La Nación*—, a partir de la indagación de las gramáticas de reconocimiento presentes en los comentarios a las noticias del medio. Dicha labor se realizó en el marco propiciado por una investigación doctoral que tuvo

como finalidad el estudio del vínculo diario/lector en la prensa argentina *online*, mediante el análisis de los espacios de intervención y participación del lector¹.

Cabe aclarar que *La Nación* es uno de los matutinos de información general y alcance nacional más tradicionales de Argentina y es considerado parte de los denominados diarios de referencia dominante (Traversa & Steimberg, 1997), al tiempo que se encuentra entre los sitios más visitados del país (Alexa, 2013). Este medio fue, además, el segundo diario argentino en habitar el ciberespacio (el primero fue el matutino regional *Los Andes*), el 17 de diciembre de 1995.

En síntesis, este artículo se propone demostrar que es posible utilizar el análisis de las lógicas de reconocimiento para discriminar una posible tipología de lectores de un periódico digital a partir del estudio de las respuestas del público que se cristalizan en los comentarios a las noticias. Asimismo, como veremos más adelante, la construcción de dicha tipología, aunque propia de un medio en particular que es el aquí analizado, nos acerca a la comprensión de la peculiar configuración que asume hoy el público de los periódicos en línea, francamente más híbrido que el del diario papel.

Aceptando que las cabeceras de los diarios son agentes relevantes en la construcción de ciudadanía lectoras (Valdettaro, 2008) y, por lo tanto, en el desarrollo de la esfera pública (Habermas, 1999), se pretende aquí contribuir a las discusiones que en el presente tienen lugar tanto acerca de las condiciones actuales del sistema de medios de comunicación, como de la relación de este con el contexto político y social más amplio.

MARCO TEÓRICO

Comencemos este apartado señalando que, tal como propone Valdettaro (2008), “las transformaciones de los diferentes soportes mediales no son autónomas, sino que se derivan fundamentalmente de los cambios dominantes en el sistema entendido como totalidad” (p. 40). Adoptando este punto de vista, desde la postrimería del siglo XX ha sido posible advertir, al interior del sistema de medios masivos de comunicación, una serie de modificaciones a las modalidades clásicas de la prensa que atañen, sobre todo, al modo en que se construye el vínculo diario/lector (Valdettaro, 2005; Becerra, Marino & Mastrini, 2012), y que, desde el punto de vista de los efectos sobre el lazo social, pusieron en cuestión “el clásico ideal utópico de democracia crítica y argumentativa” (Valdettaro, 2008, p. 42) de la

opinión pública moderna sujeta a razón, de la cual la prensa se construía como garante. Tales transformaciones—vale aclarar—fueron motivadas primero por el desarrollo de lo que Carlón (2004) define como el dispositivo del directo televisivo y, más tarde, por las nuevas lógicas propias de Internet que, como afirma Verón (2013), están alterando profundamente “la relación de los actores individuales (...) con los fenómenos mediáticos” (p. 279).

En este marco, uno de los fenómenos emergentes en el campo de estudios sobre la prensa *online* está dado por el exponencial desarrollo que asumió, en el transcurso de unos pocos años, una materialidad discursiva que si bien estaba ya presente en los periódicos desde hacía tiempo—a partir de la publicación de las tradicionales cartas al director o cartas de lectores—no tenía, ni por asomo, el lugar que tienen hoy, en las interfaces de los diarios digitales, los *espacios de intervención y participación del lector*.

Tal como se propone en Raimondo Anselmino (2012a), se denomina espacios de intervención y participación del lector a aquellas instancias de un diario *online* donde se materializa la actividad del lector. Los *espacios de intervención del lector* (sobre los que no se detendrá este artículo) son aquellos sectores del diario que de algún modo se encuentran intervenidos o penetrados por la actividad del lector, a partir de algún tipo de acción del mismo que ha dejado una huella en la interfaz del periódico—con excepción de la producción de enunciados: rankings de lectura, encuestas, votación de notas, etcétera—. Estos se diferencian de los espacios de participación, que son aquellos donde el lector puede manifestarse discursivamente produciendo enunciados, como por ejemplo sucede en las cartas de lectores, los foros, blogs o—he aquí el espacio central para este escrito— los comentarios a las noticias. Estos últimos se definen, según lo propone Sal Paz (2009), como un “género discursivo medular (...) puesto que organiza y resignifica otros géneros cuando se incrusta en su interior” (p. 342).

El espacio de los comentarios de lectores a las noticias se popularizó sobre todo a partir del año 2007, momento en que fue incorporado por gran parte de los períodos digitales más prestigiosos del mundo. Con posterioridad, y muy paulatinamente, empezaron a publicarse los primeros resultados de investigaciones que tienen a dicha herramienta de participación como objeto de cavilación. Las mismas, curiosamente, y a pesar de provenir de distintos ámbitos académicos y estudiar los comentarios de lectores en noticias publicadas en diarios de diferentes países, tienen una peculiaridad

en común: en la mayoría de los casos (García de Torres, Martínez, Cebrián, Rodríguez & Alhacar, 2009; Singer & Ashman, 2009; Ruiz, Masip, Mico, Díaz Noci & Domingo, 2010; McCluskey & Hmielowski, 2012; Milioni, Vadratsikas & Papa, 2012; Navarro Zamora, 2013) se trata de trabajos que utilizan exclusivamente el análisis de contenido.

A diferencia de aquellas investigaciones, la aquí reseñada no se centra en el plano del contenido (nivel del enunciado) sino, más bien, en las modalidades del decir (nivel de la enunciación). Esto es así porque, como se ha anticipado en la introducción, este estudio se apoyó 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 socio-semiótica. Se trata de la *teoría de los discursos sociales* (Verón, 1998), que en su articulación con la teoría sistémica luhmanniana promovida por Boutaud y Verón (2007) ha redoblado su versatilidad para ahondar en la “relacionalidad de las relaciones” (Luhmann, 1998, p. 34) que se dan entre el sistema de medios masivos de comunicación (Luhmann, 2000) y el entorno humano o sistema del actor (Boutaud & Verón, 2007).

Desde este punto de vista, que concibe el discurso como sistema organizado de significaciones articuladas y articuladoras del sentido social (Verón, 1998), se plantea un análisis discursivo que indaga acerca de las *modalidades de enunciación y de las estrategias discursivas* de producción de significados. En cuanto a estas últimas, Verón (2004) define las estrategias discursivas como las “variaciones atestiguadas en el interior de un mismo tipo de discurso” (p. 197) o de un mismo tipo de producto. Como se ha analizado detenidamente en otro trabajo (Raimondo Anselmino, 2011), la estrategia que lleva adelante cada periódico contribuye a construir su personalidad (que es diferencialmente distinta de aquella que asumen los otros periódicos con los que el anterior compete) y, por lo tanto, a modelar la manera en que el medio se vincula con sus destinatarios. La noción de estrategia discursiva se enlaza con otro término de igual valor: *el contrato de lectura*. Ambos conceptos están asociados con la manera en que cada medio logra construir su singularidad frente a sus competidores. “El objetivo de este contrato (...) es construir y conservar el hábito de consumo” (Verón, 2004, p. 223).

Asimismo, de acuerdo con la perspectiva socio-semiótica referida, “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” (Verón, 2004, p. 41). Preguntarse por el *reconocimiento* de un determinado discurso requiere intentar desentrañar, además, cuáles son las determinaciones que definen las restricciones de su recepción.

Como ya se ha expresado en anteriores trabajos (Raimondo Anselmino, 2010; 2012a), la puesta en pantalla de la prensa —y con ella, el surgimiento de los espacios a partir de los cuales se materializa el discurso del lector en el diario— trajeron aparejadas nuevas posibilidades de reconocer el reconocimiento. Las características distintivas de la materialidad significativa propia del corpus digital *online* permiten hoy recuperar, al mismo tiempo y en un mismo espacio —el de la interfaz del diario—, no solo la gramática de producción de los discursos generados por el periódico 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. Aunque vale aclarar que, dado que desde esta perspectiva teórico-metodológica 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, p. 209; destacado del autor).

Por otro lado, el análisis concreto de los comentarios de lectores a las noticias publicadas en *La Nación* parte también de las apreciaciones sobre el dispositivo discursivo de este diario que propone Biselli (2005) en su estudio acerca del contrato de lectura de las portadas de la edición impresa que, como ampliamente fue analizado por Sidicaro (1993; 2004), representó históricamente el pensamiento liberal-conservador. Esto puede, seguramente, ser de utilidad para explicar, más adelante, las relaciones que se establecen entre el campo de efectos de sentido de que se dispone en producción y los efectos concretos que pueden observarse en reconocimiento. Dice Biselli (2005):

la primera página de *La Nación* impone desde lo gráfico un orden, una estabilidad y una cohesión que no solo connotan un posicionamiento ideológico, sino que buscan domesticar el siempre caótico mundo de lo noticiable (...) y hacer actuar en un espacio compatible tradiciones disímiles de las que el diario se quiere deudor y baluarte y diferentes imágenes de sí que busca consolidar e imponer a sus lectores desde la tapa misma. (p. 107)

Según afirma el autor, hay ciertas propiedades sensibles de la versión impresa de este diario —como el aún conservado formato sábana, la distintiva calidad del papel y la impresión, o la ubicación del titular principal— que lo asocian con lo que denomina como la *tradición de la cultura libresca*, mientras que, al mismo tiempo, se da cabida a una inevitable *tradición mediática* —que se manifiesta, por ejemplo, en la importancia que se otorga en tapa a las fotografías o en la publicación de “alguna noticia para el gran público” (Biselli, 2005, p. 111)—. Tal tensión, veremos luego, se traslada a los comentarios de algunos lectores de *lanacion.com.ar*, sobre todo los de aquellos que se reivindican como lectores habituales del diario.

Por su parte, la edición digital de *La Nación* ha procurado, a través de sus distintos rediseños, trasladar a la web la calidad que tan propia le era en su edición impresa, ya no ajustándose a esa “rigurosa observancia de un diseño inalterable” (Biselli, 2005, p. 107) que caracterizaba su tirada papel sino, más bien, adaptándose a las lógicas que el entorno de Internet impone y, por lo tanto, relegando cierta cuota de la estabilidad que embanderaba a la marca (Valiente Noailles, 2010). El hecho de que, para establecer una distancia con la edición papel, haya modificado su isologotipo en el rediseño publicado en 2008, es solo un ejemplo de ello. No obstante, y más allá de lo anteriormente expuesto, *lanacion.com.ar* pareciera seguir siendo, en el ecosistema mediático argentino, “el diario (...) que más intenta sostener la tradición del diario serio (...), que más intenta seguir definiendo su rol en consonancia con una esfera pública sujeta a la razón argumentativa” (Biselli, 2005, p. 113), proponiendo un contrato a partir del cual el medio continúa intentando posicionarse como *tribuna de doctrina*² y firme representante de una “reflexión intelectual con vocación explicativa” (Sidicaro, 2004, p. 91).

Tal como se señala en Raimondo Anselmino (2012a), si bien *La Nación* fue el primer diario argentino de alcance nacional en llegar a la web, lo hizo, al principio, sin incorporar instancia de participación alguna por más de un año —ni siquiera las tradicionales cartas de lectores—. Aunque de a poco el diario fue incorporando algunos espacios de intervención y participación del lector, el primer paso significativo en este aspecto lo dio recién con el rediseño del año 2001, cuando comenzó a gestar la sección Participación, y el salto cuantitativo y cualitativo se produjo en 2007, cuando el diario se convirtió —según ellos mismos afirman— en el primer medio del mundo en abrir todas sus noticias a comentarios de sus usuarios. De ahí en más, el

espacio de los comentarios de lectores se convirtió en su marca de estilo en cuanto a estrategia de participación se refiere: alrededor de dicha instancia se teje toda su política de relación con el sector más activo de su audiencia, a partir de otros recursos como la disposición de medallas para distinguir a lectores participativos, el Ranking de usuarios, o los Comentarios destacados. El Ranking de usuarios —que se implementó en 2009 y ya fue discontinuado— era una herramienta por la cual el diario distinguía a cinco usuarios que hubiesen alcanzado el grado de medalla dorada. Por su parte, el sector de Comentarios destacados, que aún sigue en funcionamiento, consiste en una pestaña desde la cual, en el interior de cada nota, puede accederse al listado de los comentarios realizados por usuarios que ostentan medalla de plata y oro.

Gran parte de estos recursos tiene como función controlar el flujo comunicativo de la audiencia, dado que a esta altura es sabido que el uso que hacen los lectores-usuarios del espacio de comentarios suele distanciarse de lo esperado inicialmente por el medio (Raimondo Anselmino, 2012a). Uno de los intentos de *La Nación* en este sentido tuvo lugar a mediados de noviembre de 2010 con el lanzamiento del Programa de calificación de usuarios, mediante el cual se premia a “los mejores comentaristas”, distinguiéndolos con medallas de oro, plata o bronce, de acuerdo con el puntaje que cada uno obtenga, establecido a través de un cálculo que tiene en cuenta distintas variables: la cantidad de comentarios, el porcentaje de posts rechazados, los promedios de respuestas y de votos positivos obtenidos y el porcentaje de reportes pertinentes. Finalmente, en su lucha por lograr que el usuario salga de su anonimato, *lanacion.com.ar* ha recurrido también a las redes sociales en Internet, promocionando la posibilidad de relacionar la cuenta de un usuario del sitio con su perfil en Facebook. Así, los comentarios de aquellos lectores que opten por dicha alternativa son también publicados en el muro personal de la conocida red social.

METODOLOGÍA

Tal como se señaló con anterioridad, el análisis que aquí se presenta se propuso identificar, caracterizar y clasificar las gramáticas de reconocimiento evidenciables en los discursos de los lectores-usuarios que se materializan en el espacio de los comentarios a las noticias. Como los fines de esta investigación sociosemiótica no son, en absoluto, de índole cuantitativa —ni la discriminación de las lógicas de reconocimiento pretende

ser exhaustiva, dado que, por ejemplo, no se tienen en cuenta aquellas propias de los lectores que no participan en el diario—, a la hora de seleccionar el conjunto de discursos que se estudiarán, no se considera necesario construir una *muestra* que permita inferir propiedades de la totalidad de una población sino, más bien, conformar un *corpus*. Este corpus, en este caso, estuvo compuesto por todos los comentarios presentes en un conjunto de doce noticias (elegidas a razón de tres por año, entre inicios de 2007 y fines de 2010, período en el cual se desarrolló el estudio) y que en total suman 3578 posts/enunciados de lectores.

Por otro lado, como este análisis forma parte de una investigación mayor cuyo objetivo es indagar acerca del vínculo diario/lector, para la conformación del corpus de comentarios de lectores se decidió seleccionar noticias que tuvieran la particularidad de anunciar cambios o rediseños del sitio, reflexionar sobre la prensa online, o tematizar la participación de sus lectores. Así, las respuestas del público que se cristalizaron en los comentarios a estas noticias tienen, también, una característica peculiar: versan sobre el diario y sus procesos o productos y, por lo tanto, pueden incluirse dentro de lo que Braga (2006) denomina como *crítica mediática*. Esto es así porque, para definir los criterios de delimitación del corpus, se consideró pertinente retomar lo propuesto por Braga (2006) con respecto al *sistema social de respuesta*.

En su libro *A sociedade enfrenta sua mídia*, Braga (2006) describe un sistema social que no es habitualmente percibido y cuya peculiaridad no podría ser subsumida ni por el subsistema de producción ni por el subsistema de recepción; se trata de un tercer sistema propio de los procesos mediáticos que concentra las actividades de respuesta, es decir, aquellos discursos generados por la audiencia a partir de los “estímulos producidos inicialmente pela mídia” (Braga, 2006, p. 28) y que, al hacer circular las reacciones sociales sobre los procesos y productos mediáticos, cumplen una determinada función sistémica de retroalimentación. En el marco de dicho sistema, el autor ubica un tipo particular de respuesta del público, a la que denomina crítica mediática:

podemos dizer que críticas midiáticas são trabalhos explícitos sobre determinadas produções da mídia, baseados em observação organizada de produtos, com objetivos (explícitos o implícitos) determinados por motivações socioculturais diversas e voltados para o compartilhamento, na sociedade, de pontos de vista, de interpretações e/ou de ações sobre os próprios produtos (ou tipo de produtos), seus processos de produção e/ou seu uso pela sociedade. (p. 71)

La noción de *crítica mediática* deviene, así, central para comprender los criterios de delimitación del corpus de estudio: dado el tipo de noticias seleccionadas, todos los comentarios de lectores presentes en las mismas pueden ser identificados como respuestas del público que efectivamente retornaron al medio y que tienen por peculiaridad versar sobre el medio, sus productos o procesos.

A continuación se listan las noticias elegidas, 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)
- 06/07/2008: *Como 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* (1834)

Situada en el andamiaje teórico-metodológico de la sociosemiótica, esta investigación se interesó por desentrañar las relaciones que se establecen entre el campo de efectos de sentido posibles de que se dispone en producción y los efectos concretos que pueden observarse en reconocimiento, ya que, como lo explican Boutaud y Verón (2007): “Por un lado, cada producto discursivo es una configuración de trayectorias semióticas posibles (...) [y] Por otro lado, cada gramática de reconocimiento puede ser caracterizada como un conjunto de reglas que activan ciertas trayectorias (...), en detrimento de otras” (p. 5).

Respecto del procedimiento analítico, resta agregar que estudiar dichas gramáticas de reconocimiento implica, ineludiblemente, analizar la enunciación del

lector—esto es, llevar a cabo un análisis discursivo que recaiga en el nivel de la enunciación—, identificando aquellas *operaciones enunciativas regulares*, es decir, modalidades del discurso cuyo funcionamiento es relativamente constante “y que, en consecuencia, dan cierta estabilidad a la relación soporte/lector” (Verón, 2004, p. 179). Nuevamente, en palabras de Verón (2004): “El análisis semiológico tiene por objetivo identificar y describir todas las operaciones que (...) determinan la posición de enunciador y, en consecuencia, la del destinatario” (p. 179). Asimismo, y paralelamente a esta labor, como sostiene Verón, la identificación de operaciones solo puede proceder por diferencias. Dado que el análisis discursivo “se interesa esencialmente por las *diferencias* entre discursos” (Verón, 2004, p. 49; destacado del autor), nuestra investigación recayó sobre las disparidades sistemáticas entre discursos, perfilando así diferentes *tipos* de lectores. Resumiendo: “Se trata de describir, en un conjunto discursivo, todas las operaciones que definen una diferencia sistemática y regular con otro conjunto discursivo, considerando como hipótesis que ambos están sometidos a condiciones productivas diferentes” (Verón, 2004, p. 53).

Como resultado del análisis de las gramáticas de reconocimiento de los 3578 comentarios de lectores de *La Nación*, se identificaron ciertas constantes y disparidades invariantes en las respuestas del público a la estrategia enunciativa de lanacion.com.ar. Dichas recurrencias permitieron inferir un conjunto de lógicas de reconocimiento, es decir, la discriminación de tipos o categorías de lectores.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN: LOS COMENTARIOS A LAS NOTICIAS EN LA NACIÓN⁸

A partir del análisis de los comentarios de lectores de lanacion.com.ar, se distinguieron cuatro diferentes lógicas de reconocimiento que, como ya se dijo, no pretenden ser exhaustivas, y que hemos decidido denominar de la siguiente manera:

- lector fiel integrado
- lector fiel excluido
- lector disidente
- lector crítico

La **primera y la segunda lógica** señalada son muy cercanas entre sí, porque ambas remiten a un lector-participante afín a la línea editorial de *La Nación* (ya referida en el marco teórico) que se reconoce como parte de la “comunidad de lectores”, que por lo general es

—o ha sido— también lector del diario papel, y cuyo vínculo con el medio se enmarca en los consumos culturales que ha heredado.

La fuerza del lazo que parece haberse establecido entre ciertos lectores y el diario puede verse materializada en la apelación explícita a la comunidad de lectores que con ahínco *La Nación* trabaja por consolidar —al menos en el plano discursivo—, en el marco de su contrato de lectura y su estrategia de participación. Se trata de una alusión que no se ha encontrado en los comentarios de enunciadores que se presentan como abiertamente opuestos a la línea editorial del diario.

Es decir, la primera y segunda lógica de reconocimiento remiten a un tipo de enunciador para quien el peso de la tradición es tan importante como para el diario, lo cual en muchas ocasiones se materializa en la mención expresa de una “herencia” o “legado” de lectura que trasciende generaciones y se perpetúa en el tiempo. Por ejemplo:

(196 - 28/06/2008) **mariano2010**: En mi familia somos la cuarta generación que leemos la Nación (...)

(198 - 28/06/2008) **pipiola**: (...) mi padre leía siempre su diario y era verdaderamente un seguidor muy fiel y aquí estoy, siguiendo sus pasos, de otra forma (...)

Ambos tipos de lectores también conciben la posibilidad de participar en el espacio de los comentarios como una extensión del carácter “republicano” del diario que hoy, más que nunca, consideran les permite ejercer su función de “ciudadanos”. Estos lectores afines a la propuesta del diario son quienes reivindican la raigambre republicana de *La Nación* —aquél de la “tribuna de doctrina”—, y designaron como “democrática”, “participativa” y “valiente” la iniciativa del diario de permitirles comentar todas las noticias. Por ejemplo:

(21 - 15/07/2007) **d_luzuriaga2007**: Me sumo a los elogios de otros lectores por la iniciativa. Con un uso audaz de las nuevas tecnologías este diario en apariencia “conservador” crea una tribuna de opinión a la antigua usanza que es democrática y revolucionaria. (...)

(40 - 15/07/2007) **idebchaco**: *La Nación*, guía señera de la democracia, no podía dar mejor ejemplo de lo que significa la participación del ciudadano en el pensamiento y acción de la República. Sin lugar a dudas, muchos funcionarios “sufrirán” por ésto. (...)

Lo que diferencia a uno y otro tipo de lector fiel es que el primero —el lector fiel integrado— considera que los cambios que permanentemente alteran

la interfaz de lanacion.com.ar son parte de un proyecto editorial que brega por brindarles lo mejor a sus usuarios. Por ejemplo:

(76 - 15/07/2007) **dichter**: Sin dudas, una iniciativa que debe contar con el beneplácito unánime de los habituales lectores de *La Nación* y que viene a confirmar los motivos por los cuales hemos elegido este medio a la hora de informarnos. Infiero que esto se deriva de la participación de *La Nación* en el 60° Congreso de la W.A.N., y demuestra que es un medio innovador, atento a las nuevas tendencias y deseos de los lectores. (...)

Por su parte, el segundo tipo de lector fiel —el lector fiel excluido— se resiste a dichas innovaciones porque las percibe como ajenas a la tradición del diario. Esta última categoría de lector manifiesta sentirse continuamente expulsado del sitio, no viéndose reconocido en los valores —definidos como “populares”, “juveniles”, “posmodernos”— que, desde su punto de vista, los cambios mencionados promoverían. Por ejemplo:

(162 - 28/06/2008) **seagull14**: Es como todo lo moderno. Moderno. O postmoderno, si prefieren. No bien se acostumbra uno a manejar y ubicar los datos, noticias y secciones, Zas!! CAMBIA TODO. Una especie de retrocede mil casilleros. Los conservadores no tenemos lugar en el cyberspacio. Ya tengo temor de abrir el diario mañana y que sea distinto al de hoy (...)

(28 - 28/06/2008) **tomasvicchi**: (...) el diseño de la web a primera vista no impresiona bien, se parece demasiado al matutino más leído... (...) Creo que los lectores de LN preferirían algo más en la línea de los diarios del exterior del mismo segmento antes que mimetizarse con otros medios locales...

A estos comentarios que perciben el cambio de diseño como una “pérdida de identidad” —que, incluso, según ciertos lectores haría que el diario se pareciera cada vez más a *Clarín*, un competidor local que ni siquiera se permiten nombrar—, se suman expresiones de rechazo como “es un blog cualquiera”, “no parece un diario”, “no es mi diario” o “ha perdido estilo”.

Aunque desde fines del año 2008 es recurrente encontrar, dentro de los discursos de lectores que circulan en el espacio de los comentarios, el calificativo “forista”, que pareciera apelar indistintamente a cualquier tipo de enunciador, quienes frecuentemente se autodesignan como “lectores” —autocalificados como “cotidianos”, “habituales”, “asiduos”— son aquellos que manifiestan una franca afinidad con la línea editorial del periódico y cuyo vínculo con el medio parece asentarse en la relación iniciada otrora con el diario papel, cuya represen-

tación en el discurso de estos lectores coincide con la imagen de sí que intenta construir *La Nación* (y que está ligada enunciativamente con los valores de la “calidad”, la “seriedad” y la “objetividad”). Por ejemplo:

(484 - 28/06/2008) **lilianacabezali**: Siempre he sido lectora de *La Nación*, principalmente por su seriedad e independencia, objetividad y excelentes periodistas, como tales y como personas. Hoy, en la era de la cibernética, continúo siguiendo a quienes me informan, desde la computadora, claro está, dado que nunca han olvidado sus principios (...)

Han sido, también, notorias las oportunidades en donde los enunciadores que se construyen como fieles a la línea editorial del medio se autodefinen como abiertamente opositores al actual gobierno nacional presidido por Cristina Fernández de Kirchner, lo cual de algún modo ilustra el tono adversativo que en muchos casos presentan los discursos que circulan en el espacio de los comentarios del diario. Por ejemplo:

(127 - 18/11/2010) **derosario**: Yo soy anti k aserrimo!! Pero no me meti ni en media nota en hablar mal de Nestor cuando ya habia muerto... (...)

Vale aclarar que se utiliza aquí el término *adversativo* en el sentido atribuido por Verón (1987, p. 16). Si bien no se pretende sugerir la inclusión de los comentarios de lectores dentro del tipo del discurso político, sí consideramos posible afirmar que en muchos de los discursos estudiados se advierte, claramente, una dimensión polémica, de franco enfrentamiento con las posiciones propuestas por un “otro” que se considera enemigo, adversario.

La **tercera lógica** es, justamente, la del *lector disidente*, esto es, aquel lector-participante que explicita abiertamente su no afinidad con el perfil editorial del diario, y que si bien se considera “forista”, no se reconoce a sí mismo como “lector” de *La Nación*, por los valores negativos que eso representaría para él. Aunque participa activamente del espacio de comentarios, se siente parte de una “posición minoritaria” dentro del mismo. Por ejemplo:

(150 - 22/11/2008) **megustaunmonton**: No se puede esperar otra cosa de los lectores de LA NACION.¿ SI AÑORAN LA DICTADURA GENOCIDA!¿QUE ESPERABAN? Les importa poco perder si la argentina y si gobierno pierden.

Sin embargo, vale aclarar que, en los hechos, son muchos los lectores no afines a la línea editorial de *La Nación* que, a pesar de su disidencia con el diario, son distinguidos como lectores asiduos y participativos que se atienen a las normas del sitio. Dichos enuncia-

dores utilizan el colectivo “lectores” para designar a un “ellos” del cual no se sienten parte, aun cuando en varias ocasiones el perfil de usuario del cual provengan ostente alguna medalla (de oro, plata o bronce), es decir, sea un usuario frecuente y participativo del sitio. No obstante, si se ha podido observar, durante el análisis de los comentarios, que estos enunciadores disidentes son los que acumulan mayor cantidad de votos negativos en sus comentarios.

Este tipo de comentarios, el de los enunciadores disidentes, se encontró, sobre todo, en las noticias concernientes a la estatización de las AFJP⁺ (23 de noviembre de 2008) y al sistema de calificación de usuarios que emprendió el diario (18 de noviembre de 2010), o en la columna de opinión firmada por Beatriz Sarlo (29 de abril de 2010). Allí pudo verse, además, que la crítica al diario y la descalificación de los “lectores” del mismo desataron en muchas ocasiones la respuesta de los que sí se sienten enmarcados por dicho colectivo, ocasionando el intercambio y la polémica entre los distintos tipos de lectores. Por ejemplo:

(3 - 22/11/2008) **cdmaya**: Me encanta la histeria de la derecha argentina, realmente me divierten, lo que piensen los lectores de la nacion es irrelevante en el conjunto de los ciudadanos y previsible por demas.

(#2 3 - 22/11/2008) **ejdevillegas**: Sí es irrelevante lo que piensan los lectores de *La Nación* para qué escribis en este foro. Qué vida aburrida que debés tener para que te divierta la derecha argentina y te encante su histeria.

Vale señalar que entre los dos primeros tipos de lectores y el tercero, las opiniones o apreciaciones suelen aparecer polarizadas: se está a favor o en contra, se es “anti-k” (anti-kirchnerista) o “pro-k” (pro-kirchnerista). De un lado y del otro es corriente la designación del *contradestinatario*—categoría que refiere al destinatario negativo de un discurso polémico, que está “excluido del colectivo de identificación” (Verón, 1978, p. 17)— a partir de apelativos completamente peyorativos y descalificantes, tales como “forista K”, “ñoki”, “ciber kk”, “cavernícolas”, “goriforista”, etc. Asimismo, ambos “bandos” se acusan mutuamente de utilizar el reporte de abuso como una herramienta para callar y censurar la opinión contraria:

(125 - 22/11/2008) **Laly34w**: chiquitines KK (por el cerebro digo!!) sigan reportando mis mensajes que me tomare el trabajo de volver a poner las veces que sea necesario y si con ello no alcanza sacare una solicitada, pero como estoy segura que no dije nada malo, ni agravante, (...)

(#1 125 - 22/11/2008) **nachost_2**: se me acabaron las balas, si no te reportaba por gil.

(#2 15 - 23/09/2009) **strasbourg**: Lo que ocurre es que hay personas que reportan a otros solamente por portación de nick. He leído comentarios reportados o con muchos votos negativos en los cuales es imposible ni siquiera votar. (...)

El reporte es una herramienta que permite que los usuarios calificados (es decir, aquellos que ostentan alguna medalla) puedan denunciar abusos de las normas del espacio de los comentarios.

De ambos lados hay, también, una crítica continua al sistema de moderación que propone el diario y la figura del moderador es calificada con epítetos como “ese amigo del purismo que siempre está al acecho”, “los Torquemadas del diario”, o “el amigo manos de tijera”.

Por otra parte, también proliferan las denuncias de un uso “indebido” del espacio de los comentarios por parte de “comentadores pagos” o “a sueldo”, imputaciones que pueden encontrarse ya tempranamente desde mediados de 2007, y que se fueron multiplicando con el paso del tiempo hasta lograr su momento de mayor exposición en 2010. Aunque, vale aclarar, la presunción de la existencia de “comentadores pagos” no es un fenómeno exclusivo de la arena mediática argentina (cfr. Ruiz et al., 2010). Por ejemplo:

(631 - 18/11/2010) **Exterminator**: Sres. de LNOL: ¿udes. no se enteraron que el mismísimo Jefe de Gabinete tiene CUA-DRILLAS de tipos pagos que se dedican a escribir en blogs y tbn en los foros, sobre todo de LNOL y de PERFIL, incluyendo otros medios donde se permite esta práctica? ¿Se enteraron qué en el subsuelo de la mismísima Casa Rosada hay 60 tipos que se dedican a monitorear continuamente lo que se escribe y se dice en los distintos medios de información?

El desencuentro que se produce entre ambas categorías de lectores —de lectores fieles, por un lado, y lectores disidentes, por otro— es tan fuerte que el hecho de que se pongan de acuerdo en algo llama, de inmediato, la atención. Esto sucedió, por ejemplo, con las críticas que desencadenó el Sistema de Calificación de Usuarios implementado por *La Nación* a fines del año 2010, que fue repudiado masivamente por los lectores:

(#27 64- 18/11/2010) **algundia**: despues de hoy no voy a comentar mas por q arruinaron el foro y tampoco voy a leer mas el diario por q lo leia por el foro..... pero antes deirme quiero felisitar a la nacion por q logro lo imposible..... nos puso de acuerdo a todos..... k y anti k estamos de acuerdo este sistema es una bazofia.

(445 - 18/11/2010) **toquegolyfiesta**: Es singular lo del sistema de medallas. Han querido fomentar la discordia entre los foristas, y les ha salido el tiro por la culata. Por ejemplo, desde el inicio de este sistema, he vuelto a estar de acuerdo con un kirchenrista. Eso no sucedía desde el día en que Don Nestor Kirchner dijo que el Dr. Carlos Menem era el mejor Presidente de la historia. Ma aun, he vuelto a estar de acurdo con un duhaldista, mismo si mi vieja esta esperando aun los dolares que deposito. E, inaudito, he estado de acuerdo con un radical. La Nacion, de marcha atras!

Por último, se designó a la **cuarta lógica** anunciada como la del *lector crítico*, porque remite a aquel lector-participante que se enuncia desde una “posición intermedia”, que no se siente representado por la polarización en la que incurren tanto el lector fiel como el lector disidente. Sus posiciones suelen ser, en consecuencia, más moderadas —con una mayor presencia de opiniones evaluativas que de apreciaciones afectivas— que las del resto de los enunciadores. Por ejemplo:

(38 - 29/04/2010) **flecher**: Yo miro 678 a veces y también veo tn y la verdad que no veo la diferencia en cuanto al fondo que es mostrar la realidad de la forma que mas le convenga a los jefes. La diferencia está en los modos, 678 es más directo y vulgar y TN (y los grandes en medios en general) son más sutiles e hipocritas. Aunque están perdiendo lo sutil ultimamente. Yo no voté a los K en ninguna elección y no los voy a votar salvo que lleguen a un ballottage con Macri, Reutemann o De Narvaez. Yo creo que ningun medio es independiente y que para estar mas o menos informado hay que escuchar las dos campanas. Para mi los K hicieron algunas cosas buenas y en otras le pifian mal. Y no tengo ninguna duda que son unos corruptos y ojalá que algún día vayan en cana.

(366 - 18/11/2010) **Eduomca**: Teniendo en cuenta que hay una polarizacion mayoritaria (pro gobierno - anti-gobierno), cada vez que algun “independiente” como yo opina en contra o a favor de una accion del gobierno o de un opositor, recibimos votos negativos de alguno de los dos bandos. Supeditar la calificacion del usuario a su “popularidad” me parece bastante injusto y el resultado poco serio.

Como puede verse, se hace aquí referencia a la taxonomía que propone Charaudeau (2003) para dar cuenta de dos tipos de modalidades de juicios reflexivos: por un lado, la *opinión* y, por otro, la *apreciación*. La primera implica el cálculo de probabilidades y, por lo tanto, es el “resultado de un juicio hipotético sobre una posición favorable/desfavorable (...) es un testimonio del punto de vista de un sujeto acerca de un saber” (p. 112). La

segunda, al contrario, procede de “una reacción del sujeto frente a un hecho (...) no existe cálculo de probabilidades sino actitud reactiva inmediata” (p. 112). Esta última remite, por lo tanto, al universo afectivo: “frente a un hecho el sujeto siente, identifica, expresa un parecer positivo o negativo, pero en ningún caso hace un cálculo” (p. 112). Cada uno de estos juicios reflexivos involucra un tipo diferente de actividad lingüística y, aclara Charaudeau (2003), ellos “proceden de dos movimientos inversos: la opinión sobre el hecho como evaluación intelectual y la apreciación a partir del hecho como reacción afectiva” (p. 113).

CONCLUSIÓN

Como se expuso al comienzo de este trabajo, el análisis desarrollado a lo largo del artículo se inscribe en una línea general de trabajo que concibe a las cabeceras de los diarios como agentes relevantes en el desarrollo de la esfera pública, destacando el rol que la prensa ha desempeñado en la construcción de ciudadanía lectoras. En consecuencia, se considera que el estudio de los cambios ocasionados en la prensa no solo actualiza nuestro conocimiento sobre el desarrollo de las industrias culturales contemporáneas y sus públicos, sino, asimismo, permite desentrañar las posibles repercusiones de estas mutaciones en el desenvolvimiento de las funciones políticas y sociales que ha cumplido históricamente este medio.

En dicho marco, el propósito de este escrito ha sido abordar un ámbito de la semiosis en particular: el del sentido en recepción. Se procuró reconstituir, a partir del discurso de los lectores presente en los comentarios a las noticias de la edición digital del diario *La Nación*, ciertas gramáticas de reconocimiento que, como bien afirma Verón (2004), “siempre son varias, puesto que en un dispositivo de enunciación dado nunca se produce un solo efecto, sino siempre varios, según los receptores” (p. 182). Ello dio lugar a una tipología de lectores que discrimina entre lector fiel integrado, lector fiel excluido, lector disidente y lector crítico.

Por otra parte, en general, y más allá de esta diferenciación de lógicas de reconocimiento, en la investigación llevada a cabo pudo observarse cómo, en muchos casos, los lectores-usuarios explicitaron en los comentarios los motivos de su participación. De este modo, los lectores valoran la posibilidad que *La Nación* les brinda para:

- conocer los puntos de vista de otros lectores y ampliar la información suministrada por el diario;
- compartir con otros las propias ideas;
- o, simplemente, hacer catarsis.

Los tres aspectos mencionados se resumen en los siguientes dos comentarios seleccionados para ilustrar lo expuesto:

(20 - 15/07/2007) **sweaterazul**: La noticia tal como aparece en los medios es la punta del iceberg. Muchas gracias a La Nación por permitir que se vea y se ponga de manifiesto la parte sumergida del iceberg, que es la mayor, que es la opinión de los lectores. A algunos nos sirve de catarsis, a otros nos ilustra la opinión de lectores mejor formados y con mayor claridad de pensamiento. Gracias otra vez por permitirlo.

(85 - 18/11/2010) **arcoiristuc**: normalmente leo el artículo y luego algunos comentarios. Si puedo aportar, lo hago. A veces cuando estoy un poco con la depre, me divierto con los comentarios que hacen. Ahora lo de calificar, no me parece. Pienso que la gente no hace los comentarios por ganar un premio y sí por intercambiar ideas, pareceres, y a veces bronca que nos arranca la situación en la que nos vemos inmersos por las malas políticas que emplean desde el estado.

Resta agregar que la fisonomía del público que se configura a partir de la clasificación de las lógicas de reconocimiento desarrolladas en estas páginas, coincide con la caracterización que realiza Mancini (2011) de las denominadas *audiencias híbridas*. Es decir, efectivamente estamos ante un tipo de público a las claras más híbrido que el del diario papel, un conjunto conformado ya no solamente por quienes eligen un determinado diario *online* por afinidad con la línea editorial del mismo, sino también comprendido por quienes llegan al sitio reenviados por los algoritmos aleatorios de un buscador, por las sugerencias de su grupo de afinidad, o por el valor agregado que ese medio les brinda en materia de participación.

Por lo tanto, parece posible sostener que una de las contribuciones centrales de este trabajo es que permite evidenciar cómo el colectivo de consumidores que puede identificarse como el público de un diario *online* ha ido adquiriendo una constitución diferente de aquella que presenta el público de la prensa papel. En especial, el conjunto de los lectores que participan en un diario comentando sus noticias, además de poseer esa cualidad híbrida recién señalada, se caracteriza por conformar una comunidad peculiar que en ciertos momentos asume —*mutatis mutandis*— algunas de las singularidades que Jenkins (2009; 2010) adjudica a los *fans* de medios de comunicación.

Si bien este es un aspecto que requeriría ser abordado con un mayor detenimiento en futuras investigaciones, puede señalarse que los lectores que intervienen en los espacios de los comentarios de noticias forman

parte de un colectivo de consumidores mediáticos que poseen un grado mayor de participación en los contenidos del diario que el resto de la audiencia. Se trata de lectores que, también, en ocasiones suelen ser calificados como “activistas”: así como los *fans* que describe Jenkins (2009; 2010) se unen para protestar por el cierre o el desenlace inesperado de su serie favorita, también se ha advertido durante esta investigación que los lectores-usuarios de los diarios *online* son propensos a cuestionar ciertas decisiones del medio —rediseños, cambios, etcétera— que consideran desacertadas o reñidas con sus respectivos gustos e intereses. Por ejemplo, numerosos lectores del sitio —pertenecientes a los distintos *tipos* identificados— organizaron acciones para expresar su disconformidad respecto

del programa “Calificación de usuarios de lanacion.com” a partir del cual el diario decidió otorgar medallas a los “usuarios destacados”. Entre las tácticas de protesta llevadas a cabo se destacaron tres: una “huelga de comentarios” que se realizó el 23 de noviembre de 2010; un ocultamiento de la medalla otorgada por el diario; y la repetición en cada comentario de la leyenda “No CyR” (No a la Calificación y Reportes).

En suma, todo lo expuesto pone en evidencia que, como afirmó Verón (2013, pp. 275-276), al estudiar algunas de las dimensiones que puede asumir hoy la recepción de medios de comunicación, nos enfrentamos con fenómenos de una complejidad mayor que la que a menudo presuponen nuestros modelos teóricos.

NOTAS

1. 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*”, presentada y defendida en el Doctorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, de la Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Dicha investigación se realizó con el financiamiento de dos becas de posgrado otorgadas por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet).
2. “*La Nación* será una tribuna de doctrina” fue el lema propuesto, desde su gesta, por su fundador Bartolomé Mitre, quien, además, fue presidente de la República Argentina entre 1862 y 1868.
3. Los comentarios de los lectores se citan sin ninguna corrección sintáctica y ortográfica, indicando el número asignado al mismo, tal como figura en la interfaz de lanacion.com.ar y, a continuación, la fecha de la noticia a la que responde y el nickname del usuario. La presencia del signo # antes del número de comentario muestra que el mismo se trata de una respuesta a otro. Algunos comentarios demasiado extensos serán reproducidos solo en parte, señalando la operación de recorte con la indicación: [...].
4. Se hace referencia aquí a las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJP) y a la estatización de los fondos de las mismas que tuvo lugar en Argentina a fines del año 2008, durante el primer mandato de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner.

REFERENCIAS

- Alexa (2013). Top Sites in Argentina. *Top Sites (By Country)*. The Web Information Company. Recuperado de <http://www.alexa.com/topsites/countries/AR>
- Becerra, M., Marino, S. & Mastrini, G. (2012). *Mapping Digital Media: Argentina*. Open Society Foundations. Disponible en <http://www.opensocietyfoundations.org/reports/mapping-digital-media-argentina>
- Biselli, R. (2005). La portada de *La Nación* como dispositivo discursivo. *La Trama de la Comunicación*, 10, 105-115. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/3239/323927060020.pdf>
- Boutaud, J-J. & Verón, E. (2007). Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces. En *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. París: Hermès Science. Traducción al castellano de Gastón Cingolani, con el título “Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces”, para la cátedra Medios y Políticas de Comunicación, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Instituto Universitario Nacional del Arte, Buenos Aires, 2008.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston, VA: The Media Center at The American Press Institute.

- Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus.
- Carlón, M. (2004). *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- García de Torres, E., Martínez, S., Cebrián, B., Rodríguez, J. & Alhacar, H. (2009). La agenda de los usuarios. Un análisis de la participación en la página principal y la sección local de *Elpais.com* y *20minutos.es*. En P. Herrero, P. Rivas & R. Gelado (Coords.), *Estudios de periodística XIV. Periodismo ciudadano, posibilidades y riesgos para el discurso informativo: comunicaciones y ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Salamanca, abril de 2008* (pp. 287-300). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Gillmor, D. (2004). *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Habermas, J. (1999). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gili.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Madrid: Paidós.
- Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos Editorial.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana / Barcelona: Anthropos Editorial.
- Mancini, P. (2011). *Hackear el periodismo. Manual de laboratorio*. Buenos Aires: La Crujía.
- Martínez Rodríguez, L. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red. En G. López García (Ed.), *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 269-332). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia. Artículo disponible en <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/participacion.pdf>
- Masip, P., Díaz Noci, J., Domingo, D., Micó Sanz, J-L. & Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El Profesional de la Información*, 19(6), 568-576. Disponible en <http://bit.ly/RbMU2n>
- McCluskey, M. & Hmielowski, J. (2012). Opinion expression during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor. *Journalism*, 13(3), 303-319. doi:10.1177/1464884911421696
- Meso Ayerdi, K. (2013). Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios. *Cuadernos.info*, 33, 63-73. doi: 10.7764/cdi.33.515
- Milioni, D., Vadratsikas, K. & Papa, V. (2012). "Their two cents worth": Exploring user agency in readers' comments in online news media. *Observatorio Journal*, 6(3), 021-047.
- Navarro Zamora, L. (2013). La interactividad en los géneros periodísticos de los cybermedios. *Razón y Palabra*, 84. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N84/V84/09_Navaro_V84.pdf
- Quadros, C. (2005). A participação do público no webjornalismo. *E-Compós* (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), 4, 1-17. Disponible en <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/56/56>
- Raimondo Anselmino, N. (2010). Formas de pensar la relación de los medios con su público: reflexiones preliminares de una investigación sobre diarios digitales. *Questión*, 1(23). Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32453>
- Raimondo Anselmino, N. (2011). O ocaso do modelo intencional: como pensar a noção de 'estratégia discursiva' sob o olhar sócio-semiótico. *Semeiosis* (São Paulo), 2.
- Raimondo Anselmino, N. (2012a). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en los diarios argentinos Clarín y La Nación*. Buenos Aires: Teseo.
- Raimondo Anselmino, N. (2012b). Un repaso por los estudios sobre la prensa sobre la prensa on-line en el ámbito académica nacional. *Questión*, 1(33), 235-348.
- Ruiz, C., Masip, P., Mico, J.L., Díaz Noci, J. & Domingo, D. (2010). *Conversación 2.0 y democracia*.

- Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana. *Comunicación y Sociedad*, 23(2), 7-39. Disponible en http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=360
- Sal Paz, J. (2009). Comentario de lector: género discursivo estructurante de los 'nuevos medios'. En *Actas del IV Coloquio Argentino de La IADA*, La Plata [documento inédito].
- Sidicaro, R. (1993). *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación, 1909-1989*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sidicaro, R. (2004). Consideraciones a propósito de las ideas del diario La Nación. En C. Wainerman & R. Sautu (Comp.), *La trastienda de la investigación* (3a ed. ampliada, pp. 79-96). Buenos Aires: Lumiere.
- Singer, J. B. & Ashman, I. (2009). Comment is free, but facts are sacred: user-generated content and ethical constructs at The Guardian. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(1), 3-21. doi 10.1080/08900520802644345
- Traversa, O. & Steimberg, O. (1997). *Estilo de época y comunicación mediática*. Tomo 1. Buenos Aires: Atuel.
- Valdettaro, S. (2005). Prensa y temporalidad. *La Trama de la Comunicación*, 10, 97-201. Disponible en <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/124/120>
- Valdettaro, S. (2008). Algunas consideraciones acerca de las estrategias del contacto: del papel a la in-mediación de las interfaces. *Revista LIS, Letra, Imagen, Sonido. Ciudad Mediatizada*, 1, 39-46. Disponible en <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2010/09/3-LIS1-Contacto-SV.pdf>
- Valiente Noailles, E. (2010, 3 de enero). Entre la tradición y la novedad. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1217813-entre-la-tradicion-y-la-novedad>
- Varela, J. (2005). Blogs vs MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información. *Telos* (Madrid, Segunda Época), 65. Disponible en <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65.htm>
- 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. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

SOBRE LA AUTORA:

Natalia Raimondo Anselmino, argentina, doctora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR) e investigadora del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). Se desempeña como docente en la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR y en la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Abierta Interamericana (UAI). Es miembro del comité académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM, UNR), marco en el cual desarrolla tareas de investigación en el campo de la semiótica de los medios masivos, teniendo a la prensa como objeto privilegiado de estudio.