

Reflexiones sobre el vínculo diario-lector en los periódicos "en línea"

Por: Natalia Raimondo Anselmino

Profesora de Lenguajes III, Facultad de Ciencia Política y RRH UNR - Becaria Conicet

Sumario:

El sistema de medios de comunicación plantea, actualmente, una serie de modificaciones a las modalidades clásicas de la prensa, que se hace notoriamente evidente en la construcción de la relación diario-lector. En este marco, si bien el artículo tiene como fin exponer algunas de las inferencias producidas en el contexto del Proyecto de Investigación "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa argentina actual", deviene en el puntapié necesario para comenzar a analizar las divergencias y continuidades entre el diario impreso y el periódico digital.

Desde este punto de vista, los periódicos "en línea" son al mismo tiempo la unión de ciertas características propias de los medios de comunicación que los precedieron y una serie de nuevas tecnologías: proponen, una nueva manera de informar y de informarse. Determinan, así, una manera particular de vincularse con el público lector que condiciona las estrategias enunciativas del diario.

Summary:

The media system is stating a series of modification to classic press modalities. This is patent in the construction of the newspaper-reader relationship. In this context, although the current article has the aim of exposing some inferences produced during the Research Project "The contact discursive strategies in the current Argentine press", it also becomes a necessary first step to start analyzing the divergences and continuities between the pressed newspaper and the digital newspaper.

From this point of view, online newspaper are at the same time a united group of certain characteristics of the precedent communication media and a series of new technologies, proposing a new way of informing and getting informed. In this way, they are establishing a particular way of relating with the reading public that conditions the enunciative strategies of the newspaper.

Descriptoros:

prensa - entorno digital - periódicos - interfaz - comunicación

Describers:

press - digital environment - newspapers - interface - communication

En este artículo, me permito el desafío de exponer sumariamente ciertas reflexiones originadas a partir del análisis de los periódicos digitales realizado en el marco del Proyecto de Investigación "*Las estrategias discursivas del contacto en la prensa diaria argentina actual*"¹, recopilando lo trabajado en distintas ponencias y presentaciones que se llevaron a cabo durante el año precedente².

A partir de la compilación de determinadas características significantes, es posible desarrollar algunas inferencias acerca de la manera en que cada periódico digital organiza su discurso, propiciando un particular vínculo enunciativo que manifiesta una distintiva modalidad discursiva del contacto.

Cabe aclarar que, en función de estudiar el dispositivo televisivo, Verón denomina como contacto al nivel de funcionamiento significativo privilegiado por el orden indicial -determinado por una de las dimensiones que asume la tricotomía peirceana³- en el que la figuración del cuerpo y del espacio "*entrañan necesariamente en ella operaciones metonímicas que no pueden ser interpretadas más que por la movilización de puntos de referencia que ponen en juego el cuerpo significativo del receptor*"⁴. Estas estrategias del contacto pueden entenderse como un modo peculiar de configurar el vínculo enunciativo, fuertemente anclado en la tecnología de la

transmisión televisiva en directo de imagen-sonido⁵, característica definitivamente retomada por el diario on-line.

Una primera observación tiene relación con la actualización constante de las portadas (o homes) de los periódicos digitales, lo cual nos permite inferir que el diario on-line recupera el tema de la "inmediatez" de la información que proponen la televisión y la radio. Es evidente que, a diferencia del periódico tradicional, la redacción digital se mueve con otros ritmos -en esto, es más parecida a una redacción radiofónica, ya que hay que informar "en tiempo real" y está obligada a trabajar el lenguaje de otra manera. El diario impreso cuenta en pasado, el diario digital cuenta en presente lo que está pasando o lo que recién acaba de ocurrir⁶.

De esta manera, toda la información se va transformando conforme pasa el tiempo. Lo que en Clarín.com estaba ubicado en principio en el extremo superior de la página (sección "Último momento"), luego del adverbio de tiempo "*Ahora*" o del más reciente enunciado "*En vivo*", más tarde se encuentra situado en otro sector del sitio, despojado de su "actualidad" y, en ciertos casos, re-redactado, transformado. O, como sucedía en la versión anterior de La Nación on-line, la actualidad se hace presente a través de un título de sección en el menú lateral: "*Últimas Noticias*". Ambos recursos invitan al

lector a internarse en los acontecimientos en virtud de su proximidad temporal más que por su interés temático.

La dimensión temporal aparece como una problemática compleja y, así, el *tiempo* se convierte en una instancia a ser referenciada de múltiples maneras y en diversas circunstancias: Clarín mencionaba el "tiempo de lectura" promedio que cada nota suponía; La Nación indica los horarios de actualización de las noticias, no aludiendo a la hora del suceso puesto en página sino al momento de incorporación de dicha noticia al diario; en su versión más actual, Clarín explota este último recurso al límite de convertirlo en la principal cualidad de jerarquización de la información (sólo superada por un ícono en forma de estrella que distingue a una noticia que califica como "destacada").

Por otro lado, no es posible pasar por alto las características peculiares que introduce en el discurso noticioso la redacción *hipertextual e hipermedial*⁷. Ésta modifica, en parte, el orden de lectura y dispone al lector diversos modos de acceder al texto: ya no hay una sola manera de recorrer el cuerpo del diario -salvando los diferentes caminos que un lector del soporte papel puede hacer-, sino que a partir del entramado de enlaces se generan múltiples puertas de acceso a la información⁸.

De este modo, los diarios digitales son al

mismo tiempo la unión de ciertas características propias de los medios de comunicación que los precedieron y una serie de nuevas tecnologías: incorporan novedosas posibilidades de personalización de la información, documentación, interactividad y actualización. Proponen, a su vez, una nueva manera de informar y de informarse. En este contexto el lector recibe información pero al mismo tiempo tiene la opción de 'guardar' -a partir de determinados mecanismos como los propuestos por La Nación o por Página/12- aquella información que necesita o que considera que le conviene, e incluso, dada la actividad intrínseca del medio, puede convertirse en ese mismo momento en un generador de información que está disponible para que otros lectores también accedan a ella (en ocasiones mediante encuestas que más tarde se convierten en noticias).

Como a este altura es evidente, los periódicos "en línea" proponen una manera particular de vincularse con el público lector. La posición que ocupa este último puede manifestarse, por ejemplo, a partir de la generación de sectores específicos como el "Ranking de notas" (que remite a la jerarquía construida en función de la cantidad de visitas-lecturas que cada noticia detenta) o el "Centro del lector" presentes en La Nación. Esta inferencia se hace igualmente evidente a partir de la utilización - que hace

este mismo diario- de un ícono en forma de carpeta contenedora de archivos -que, propia del código informático, se convierte en un *dispositivo metafórico*⁹ de una realidad familiar al usuario 'modelo'- sobre la que al posicionar el cursor aparece el enunciado "Agregar a mi carpeta". Evidentemente, la apelación al pronombre posesivo "mi" remite a la primera persona del lector, no a la del diario; permitiendo suponer que esta modalidad establece un contacto directo con el lector-usuario, proponiéndole una manera particular e individualizada de navegar, recorrer y apropiarse del diario.

A partir de diferentes instancias de interactividad (como los foros, encuestas y weblogs) se produce una identificación del lector con el periódico, ya que se personaliza el vínculo por medio de la posibilidad que tiene el usuario de intervenir en el universo informativo.

En este sentido -acercándonos a las transformaciones que atañen actualmente a la prensa en relación con la particular construcción de temporalidad que ésta propone y promueve¹⁰-, resulta pertinente interrogarnos por el modo en que se modifican, a partir del surgimiento y desarrollo de los periódicos "en línea", los dispositivos que apelan a la intervención del lector en el diario. Cabe preguntarse así, qué se juega en el pasaje de la publicación del aparta-

do "cartas de lectores" que -originario del soporte papel- posibilita la exposición de la opinión del lector en tanto sujeto de razón, a la interpelación predominantemente emotiva que suponen las encuestas propias del entorno digital. Estas últimas, procurarían recuperar la "opinión" del lector no desde lo racional, sino a partir de aquellas declaraciones ligadas con lo afectivo. Por lo tanto, es posible retomar lo enunciado por Paul Virilio con motivo de considerar el rol otorgado al ciudadano en el escenario político y medial contemporáneo: "(...) los medios se hacen cargo, no ya de la demanda de reflexión colectiva, sino de una demanda de emoción colectiva", lo cual da paso -según el autor- a la "estandarización de la opinión pública" y la "sincronización de las emociones"¹¹.

Finalmente, cabe señalar una última observación: presentando links a otros medios, el diario digital se convierte también en un *hiperdispositivo metadiscursivo*¹², dado que articula las posibilidades de feedback -como sucedía, siguiendo a Carlón, con el llamado telefónico en la radio o en la televisión-, con el cruce de materiales provenientes de "otros medios" que a su vez son reutilizados. Pensamos así este espacio como metadiscursivo en tanto supone asumir una posición enunciativa múltiple.

Todo lo expuesto hasta aquí, permite vislumbrar que el sistema de medios de comu-

nicación plantea, actualmente, una serie de modificaciones a las modalidades clásicas de la prensa que se hace notoriamente evidente en la construcción de la interacción diario-lector. Es decir, que es la misma relación diario-lector la que condiciona las estrategias enunciativas del periódico "en línea", determinando así también las divergencias y continuidades entre el diario impreso y el periódico digital. Esta última inferencia, demandará, para su confirmación, un estudio exhaustivo que permita dar cuenta de las diferentes mutaciones a las que fueron y son sometidos la prensa papel y el periódico digital; la manera en que cada uno de ellos organiza su discurso, propiciando un particular vínculo enunciativo.

Notas

1. Proyecto código POL34, radicado en la SeCyt de la Facultad de Ciencia Política y RRH de la UNR. Directora: Sandra Valdetaro; Codirectores: Rubén Biselli y Nora Moscoloni; Integrantes: Mariana Maestri, Mirta Marengo, Mariángeles Camusso, Silvia Gastaldo, Viviana Marchetti, Carina Menéndez, Natalia Raimondo Anselmino; Auxiliar: Natalia Bernasconi.

2. Cfr., entre otras, RAIMONDO ANSELMINO, N. y CAMUSSO, M., "Reflexiones acerca de las estrategias discursivas del contacto en los periódicos on-line de índole nacional", *Weblog de Jornadas de Intercambio Académico "Miradas discursivas sobre la prensa gráfica y digital"*, 2006, <http://www.jornadas2006.blogspot.com>; RAIMONDO ANSELMINO, N. y BERNASCONI, N., "Periódicos 'en línea': la temporalidad como contacto", *CD*

Rom de Ponencias X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, ISSN 1515-666362, 2006.

3. PEIRCE, Ch. S., *Obra lógico-semiótica.*, Taurus, Madrid, 1987.

4. VERÓN, E., *El cuerpo de las imágenes*, Norma, Buenos Aires, 2001. p. 18.

5. Para profundizar sobre el concepto Cfr. BISELLI, R. y VALDETTARO, S., "Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita", en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Vol. 9, Rosario, UNR Editora, 2004, p. 219.

6. Carlos Scolari trabaja esta peculiaridad en su libro *Hacer Clic*. Asimismo, refiriéndose específicamente a Clarín, y en función de dilucidar la relación diario "on-line"-radio-TV, sostiene "(...) la última versión del diario -cerca de la medianoche- va prefigurando la versión de la mañana siguiente, rompiendo con la idea de un 'diario digital' que traduce un 'matutino impreso' y lo 'actualiza' a lo largo del día: estamos en presencia de un flujo informativo continuo que emparenta al diario digital con la radio o los canales de noticias estilo CNN y lo aleja de las publicaciones impresas", en SCOLARI, C. *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Gedisa, España, 2004. p. 209.

7. Landow propone los siguientes conceptos de *hipertexto* e *hipermedia*: "con hipertexto me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que lea mejor en una pantalla interactiva (...) La expresión *hipermedia* simplemente extiende la noción de texto hipertextual al incluir información visual, sonora, animación y otras formas de información" en LANDOW, G., *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Piados, Buenos Aires, 1995. p. 15.

8. En el ámbito académico nacional, la cualidad hipertextual del texto noticioso "en línea" ha sido analizada por los grupos de investigación pertenecientes a la Universidad Nacional de Comahue y la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. El primero, se encuentra encabezado por Juan Carlos Bergonzi y Alejandro Rost (aunque éstos se han centrado sobre todo en el uso de los recursos interactivos por parte de los diarios digitales); el segundo está dirigido por Rubén Canella. Cfr.,

entre otros, ROST, A., *La construcción de la actualidad en el periódico digital. Qué participación tiene el lector: la interactividad y el hipertexto*. Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.

CANELLA, R., ALBARELLO, F. y TSUJI, T., "El uso del hipertexto en la estructura de los diarios digitales argentinos", *Revista "Hologramática"*, Año I Nº1 UNLZ, Argentina, 2004; pp. 137-165

9. "(...) el concepto de interfaz gráfico sostiene la correlación entre el espacio visual y el conceptual de la lectura de Internet. Las interfases gráficas están construidas con elementos visuales en forma de ventanas, íconos, menús y pulsadores. Estos elementos visuales son considerados dispositivos metafóricos de una realidad familiar al usuario cuyo objetivo es facilitar el uso de la computadora" en LEDESMA, M., *El diseño gráfico, una voz pública. De la comunicación visual en la era del Individualismo.*, Argonauta, Buenos Aires, 2003. p. 78.

10. Cfr. VALDETTARO, S., "Prensa y Temporalidad", en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Vol. 10, Rosario, UNR Editora, 2005.

11. Fragmento de entrevista al autor, publicada en la *Revista Ñ* Nº 5, Buenos Aires, Sábado 26 de marzo de 2005.

12. Según Carlón, se denomina hiperdispositivo "a la articulación de dispositivos que permiten generar un efecto de feedback: por ejemplo, la intervención del llamado telefónico en la radio o en la televisión, también la pantalla gigante del estadio". Por otro lado, el término metadiscursivo apela a estrategias, operadas por diversos programas televisivos, que suponen una "posición enunciativa múltiple"; en CARLON, M., *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pp. 77-78 y 21-22.

Registro Bibliográfico

RAIMONDO ANSELMINO, Natalia

"Reflexiones sobre el vínculo diario-lector en los periódicos 'en línea'" en *Dossier de Estudios Semióticos, La Trama de la Comunicación. Volumen 12, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y

Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Argentina. UNR Editora, 2007