



**UNIVERSIDAD JUAN AGUSTÍN MAZA
FACULTAD DE PERIODISMO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ESPACIOS PARA COMENTARIOS EN DIARIOS ONLINE: LAS
MANIFESTACIONES AGRESIVAS EN NOTICIAS SOCIALES SOBRE SALUD**

Alumno: María Valentina Ortego Pi

Tutor disciplinar: Lic. Roxana Lopresti

Tutor metodológico: Lic. Guillermo Gallardo

MENDOZA

2015

Mediante la presente tesina y la defensa de la misma aspiro al título de Licenciada en Comunicación Social.

Alumna: María Valentina Ortego Pi

DNI: 36.814.744

Matrícula: 2082

Fecha del examen final:

Docentes del Tribunal Evaluador:

Calificación:

DEDICATORIA

Dedico esta tesina a mi familia y mis amigos por brindarme su apoyo constantemente. También, a mi vocación, que espero nunca me abandone.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres y hermanos, por transitar con incondicionalidad y amor junto a mí cada etapa de mi vida.

A mis amigos, porque sin saberlo acordamos construir un vínculo sincero y perseverante.

A Juan Manuel y Erika, por sostenerme a diario.

A Gianina, por regalarme desde el primer momento su felicidad y pasión por el periodismo.

A Alan, porque su amistad y aliento desinteresados fueron pilares que me acompañaron a lo largo este proceso.

A Carina y Ángela, por ser una pieza importante de mí.

A mi tutora Roxana Lopresti, por brindarme su ayuda siempre que lo necesité.

A mi tutor Guillermo Gallardo, por aconsejarme y guiarme en esta tesina.

A los entrevistados, por ofrecerme sus conocimientos y permitir que amplíe los propios.

RESUMEN

La presente tesina tuvo por objeto describir el contenido de las manifestaciones agresivas de los lectores de Mdz y Diario UNO online los espacios para comentarios en noticias sociales sobre salud. La finalidad de la investigación giró en torno de dilucidar si sus mensajes contenían opiniones sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento periodístico que recibió el mismo.

Para emprender la investigación, se partió de once noticias referidas al ámbito sanitario, publicadas en julio y agosto de 2015. Se decidió escoger las cinco notas más comentadas de ambos periódicos, pero en el caso de Mdz, dado que dos pares de ellas poseían la misma cantidad de intervenciones, se seleccionaron siete. Los comentarios vertidos en las mismas fueron estudiados utilizando como herramienta el análisis de contenido.

A modo de establecer una aproximación a los espacios para comentarios de los medios escogidos, se realizó un análisis pormenorizado del funcionamiento y la evolución que los mismos han sufrido desde sus orígenes. También, se entrevistó a community managers de los periódicos, dos académicos que han investigado la problemática, el jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza y un periodista especializado en prensa digital.

Los resultados obtenidos permitieron concluir que, efectivamente, las manifestaciones agresivas de los usuarios de Mdz y Diario UNO en los espacios para comentarios, en noticias sociales sobre salud, se producen respecto del hecho noticioso y no del tratamiento periodístico que recibió el mismo.

PALABRAS CLAVES

Comentarios – Foros – Periodismo digital – Interactividad – Manifestación agresiva – Internet - Diario UNO online – Mdz online – Noticias sobre salud.

CORREO ELECTRÓNICO DEL AUTOR

valentinaortego@gmail.com

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: COMUNICACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TIC	3
1.1 Comunicación: origen etimológico	3
1.2 Definición de comunicación.....	4
1.3 Funciones de la comunicación	5
1.4 El proceso de la comunicación.....	6
1.4.1 Definición de proceso	6
1.4.2 El proceso comunicacional.....	8
1.5 Clases de comunicación	13
1.5.1 Comunicación directa e indirecta	13
1.5.2 Comunicación recíproca y unilateral.....	14
1.5.3 Comunicación privada y pública	14
1.6 Comunicación social	14
1.7 Comunicación mediática	16
1.8 Medios de comunicación.....	16
1.8.1 Clases de medios de comunicación	17
1.9 Tecnologías de la Información y la Comunicación	19
1.9.1 Sociedad de la información	20
CAPÍTULO II: PERIODISMO	22
2.1 Definición de periodismo.....	22
2.2 Géneros periodísticos	23
2.2.1 Periodismo informativo	24
2.2.2 Periodismo interpretativo.....	28
2.2.3 Periodismo de opinión	29
2.3 Fuentes informativas	34

2.4 Tratamiento informativo.....	36
2.4.1 Newsmaking.....	36
2.4.2 Framing.....	40
2.5 Ética periodística.....	41
2.5.1 Ética y moral.....	41
2.5.2 La ética en el periodismo.....	41
2.6 Periodismo social.....	42
2.6.1 Temas sociales.....	42
CAPÍTULO III: INTERNET, PERIODISMO DIGITAL Y MANIFESTACIONES	
AGRESIVAS.....	44
3.1 Internet.....	44
3.1.1 Historia de Internet.....	44
3.1.2 Acceso a Internet.....	46
3.2 Nativos e inmigrantes digitales.....	47
3.3 Prensa impresa: antecedente del periodismo digital.....	48
3.4 De lo impreso a lo digital.....	49
3.4.1 El periodismo digital en Mendoza.....	50
3.5 Características del periodismo digital.....	53
3.5.1 Multimedialidad.....	53
3.5.2 Hipertextualidad.....	53
3.5.3 Interactividad.....	54
3.5.4 Universalidad.....	54
3.5.5 Instantaneidad.....	55
3.5.6 Documentación ilimitada.....	55
3.5.7 Actualidad múltiple.....	55
3.5.8 Personalización.....	56

3.6 Espacios de participación.....	56
3.7 El lector en el periodismo digital.....	59
3.7.3 ¿Por qué participa?	60
3.8 Clases de foristas.....	61
3.9 Manifestaciones agresivas	62
3.9.1 Aproximación al término manifestación	62
3.9.2 Diferencia entre agresividad y agresión	63
3.9.3 Comentario agresivos.....	63
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO.....	65
4.1 Tema.....	65
4.2 Problema a abordar	65
4.2.1 Planteos	65
4.3 Objetivos	66
4.3.1 Objetivos generales.....	66
4.3.2 Objetivos específicos.....	66
4.4 Hipótesis	67
4.5 Tipo de investigación	67
4.6 Técnicas de recolección de datos	67
4.6.1 Análisis de la evolución de los espacios para comentarios	67
4.6.2 Entrevistas en profundidad.....	68
4.6.3 Análisis de contenido.....	68
4.7 Universo y muestra	68
4.8 Descripción y análisis de la interactividad en Mdz y UNO online	70
4.8.1 Interactividad en Mdz	70
4.8.2 Interactividad en Diario UNO online	99
4.9 Entrevistas en profundidad.....	120

4.9.1 Diálogo con community managers de Diario UNO y Mdz.....	120
4.9.2 Entrevista a especialista en periodismo digital	124
4.9.3 La visión académica	126
4.9.4 Entrevista a Juan Pablo Parapuño, jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza	131
4.10 Análisis de los comentarios.....	133
4.10.1 Análisis de las noticias y opiniones vertidas en ellas.....	137
4.10.2 Análisis de los comentarios	155
CONCLUSIÓN	164
BIBLIOGRAFÍA	166
ANEXO	175

INTRODUCCIÓN

El surgimiento de Internet es uno de los grandes hitos de la historia de la humanidad, ya que revolucionó el modo en que el hombre, ser social por naturaleza, se comunica. Los medios masivos, conscientes de las posibilidades y el alcance que ofrecía este invento, respondieron a los nuevos imperativos tecnológicos renovándose y adaptándose a la red.

En pos de adecuarse a las nuevas tendencias, la prensa gráfica incursionó en el universo digital. Los nacientes periódicos online, para diferenciarse de los impresos y transformar el modo de informar, adoptaron un discurso multimedia, cuyo formato permite recurrir no sólo a la palabra escrita y las imágenes fijas, ya sean fotografías o infografías, sino también al video, el audio, la animación, el hipertexto y recursos transmedia.

El público se vio favorecido no sólo por las incorporaciones mencionadas anteriormente, sino también por la creación de espacios para comentarios, herramienta que le permitió al público escribir su perspectiva en cada nota. Además de reconfigurar la relación entre el periodista y el lector, la interactividad modificó el modo en que el destinatario responde a la noticia: su opinión encontró un sitio en el cual quedar instantáneamente plasmada en el marco del propio artículo.

Dado que no existe una única interpretación de los mensajes, cada forista manifiesta de diferente modo aquello que interpretó y experimentó respecto de lo narrado por el periódico. Invocando la libertad de expresión, los usuarios utilizan el lenguaje para exponer, aun cuando sea agresivamente, su visión.

La presente investigación pretende describir cómo se desarrollan las discusiones en los foros en notas sobre el ámbito sanitario. El foco de análisis se colocó en indagar si los usuarios se expresan de modo violento y descortés sobre el acontecimiento narrado o si, por el contrario, lo hacen respecto de cómo el mismo fue abordado. La hipótesis formulada en la presente tesina sostiene al respecto que el lector de los diarios online Mdz y UNO (seleccionados para realizar el estudio) se manifiesta agresivamente en los espacios para comentarios, en noticias sociales sobre salud, sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento periodístico del mismo.

Los objetivos generales de la presente tesina pretenden determinar si los lectores se manifiestan agresivamente en los espacios para comentarios sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento informativo de los mismos y describir cuáles herramientas utiliza el lector para formular opiniones en los espacios para comentarios recurriendo a la violencia verbal.

Para estudiar dicha problemática, fueron escogidos los periódicos online Mdz y UNO, dado que ambos se destacan por ser medios de referencia en Mendoza que le ofrecen al público la posibilidad de interactuar escribiendo su opinión. Se elaboró un listado con todos los artículos relacionados con el ámbito sanitario publicados en julio y agosto de 2015. En base a la cantidad de intervenciones por parte de los lectores que las notas presentaban, fueron seleccionadas de cada diario las cinco con mayor número de participaciones. Cabe destacar que se analizaron doce noticias, dado que en Mdz se registraron dos pares de artículos con el mismo porcentaje y, por tanto, se decidió incluir ambos. De ellas se desprendieron los 641 comentarios analizados.

El marco teórico se encuentra estructurado en tres capítulos. Cada uno de ellos está abocado al abordaje de los diferentes conceptos que permiten comprender el fenómeno estudiado. El primero de ellos desarrolla las nociones que se desprenden de comunicación, medios de comunicación y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El segundo describe aquello que se entiende por periodismo al definir sus géneros, las implicancias del tratamiento informativo y los demás elementos constitutivos de su ejercicio. El último narra la historia de Internet y pretende brindar una explicación acerca de la prensa digital y sus recursos, entre los cuales se destacan los espacios destinados a que el lector comente las noticias, sitio en el cual tienen lugar las manifestaciones agresivas.

Desde la perspectiva metodológica, cabe mencionar que la investigación es descriptiva. Las técnicas de recolección de datos empleadas fueron entrevistas en profundidad a académicos, el jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza, un community manager de cada medio y un periodista especializado en prensa digital. A su vez, se recurrió al análisis de contenido para el estudio de los comentarios y el tratamiento informativo de las noticias, y se realizó una minuciosa descripción sobre los espacios destinados por ambos medios a que el lector opine en las notas.

CAPÍTULO I: COMUNICACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TIC

Comprender qué se entiende por comunicación es el punto de partida de este capítulo, dado que ella es la base de las nociones que serán abordadas posteriormente. Por tal motivo, se presentan definiciones de diferentes autores que han trabajado en la materia, a la vez que se indicará su origen etimológico, sus funciones y tipos. Además, se identifican y describen sus rasgos característicos y diversos modelos del proceso comunicativo.

Luego, se procede a realizar una conceptualización de los medios de comunicación, la cual permite detallar sus particularidades, funciones y clases.

Por último, se indaga sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y una importante noción que se desprende de ellas y que contextualiza la presente investigación: la Sociedad de la Información.

1.1 Comunicación: origen etimológico

Aproximarse a la definición de comunicación implica, en una primera instancia, conocer su raíz etimológica. Según la Real Academia Española [RAE] (2001), el término procede del latín *communicatĭo*: comunicación, participación (Vox, 2001).

Dado que –ción es un sufijo, se debe indagar, entonces, acerca del origen de la palabra comunicar. En la vigésima segunda edición del “Diccionario de la lengua española”, de 2001, la RAE indica que el verbo proviene del vocablo latino *communicāre*, que denota poner en común, compartir y participar (Vox, 2001).

Además, debe destacarse el aporte que realiza el sacerdote Jorge Benson en su libro “Mass Media, Comunicación y Comuni3n: visi3n cristiana de la comunicaci3n social”, ya que all3 traza un recorrido, desde su perspectiva religiosa, por la etimolog3a de los t3rminos en cuesti3n:

En una primera aproximaci3n, comuni3n y comunicaci3n parecen proceder ambos de la misma r3az, a saber *cum-munio*, que indica *-munio-* fuerza, protecci3n. Defensa quiz3s en la uni3n, uni3n con alguno con el que se comunica alguna cosa. Es decir que para la com3n uni3n que fortalece, es preciso que haya algo intermedio: una cosa, tal vez un mensaje. [...]

El griego *koinon3a* implicaba ya una cierta puesta en com3n (como es claro en el latino *communicare*: poner en com3n) con posesi3n y gozo compartidos.

Un tener y dar, por un lado, y un recibir, por el otro, para tener, como reza el antiguo proverbio, entre amigos, todo en común.¹ (Benson, 1993)

1.2 Definición de comunicación

Un número considerable de autores ha emprendido la tarea de definir qué debe entenderse por comunicación. Los abordajes son múltiples, dado que las perspectivas que los sustentan se fundan en el bagaje teórico de diversas disciplinas y ciencias. Por tal motivo, se decidió incorporar aquellas conceptualizaciones que permiten arribar a un conocimiento acabado del fenómeno en cuestión.

Desde la óptica de la semiótica, Estela María Zalba analiza el significado y las implicancias del término:

Comunicar requiere de una instancia (sujeto individual o colectivo) que produzca una significación, con esa intencionalidad, y otra instancia (sujeto individual o colectivo) que reconozca e interprete el producto del proceso realizado por la instancia productora, sea este producto un signo o un «conjunto sígnico coherente» (= texto). (Zalba, 2012)

En el campo de la psiquiatría, Jürgen Ruesch y Gregory Bateson (1965) se destacan por considerar que la comunicación no se refiere solamente a la transmisión verbal, explícita e intencional de un mensaje, ya que incluye todos los procesos a través de los cuales las personas se influyen mutuamente.

Por su parte, Mario Kaplún, en su libro “Una pedagogía de la comunicación”, de 1998, cita, analiza y critica las definiciones de diversos autores, entre ellos Berelson y Steiner, quienes plantean que “el acto o proceso que generalmente se llama *comunicación* consiste en la transmisión de informaciones, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras”². El autor se vale de estos supuestos para cuestionar el modelo emisor-mensaje-receptor por considerar que se trata de una perspectiva reduccionista.

En oposición a lo expuesto por los teóricos estadounidenses, el enfoque latinoamericano, rescatado por Kaplún en su obra ya mencionada, entiende que:

¹ Las itálicas pertenecen al autor.

² Berelson y Steiner, 1964, citados en Kaplún, 1998, pág. 61. La itálica pertenece a Kaplún.

La verdadera comunicación [...] no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria. (Kaplún, 1998)

1.3 Funciones de la comunicación

Jüergen Ruesch y Gregory Bateson señalan que el hombre utiliza su sistema de comunicación:

- a) Para recibir y transmitir mensajes y obtener información;
 - b) Para operar con la información existente a fin de deducir nuevas conclusiones que no habían sido directamente percibidas y para reconstruir el pasado y anticipar hechos futuros;
 - c) Para iniciar y modificar procesos fisiológicos dentro de su cuerpo;
 - d) Para influir y dirigir a otras personas y acontecimientos externos.
- (Ruesch & Bateson, 1965)

Sean MacBride (1987) establece que las funciones de la comunicación son información, socialización, motivación, discusión, educación, avance cultural, entretenimiento e integración.

El autor describe que informar implica “recopilar, almacenar, procesar y difundir noticias, hechos y opiniones que se requieren para llegar a un entendimiento de las situaciones individuales, comunitarias, nacionales e internacionales, a fin de tomar en consecuencia decisiones apropiadas”.³ Consiste, entonces, en ofrecer aquello que el público necesita para elaborar una representación de la realidad.

La socialización, según el teórico, se sustenta en la construcción de un fondo común de conocimiento e ideas para favorecer la cohesión y la conciencia sociales, de modo que los individuos puedan mezclarse en la vía pública. En síntesis, el hombre, que vive y se consolida en comunidad, encuentra en la comunicación las herramientas para vincularse y desarrollarse con sus pares.

³ MacBride, 1987, pág. 36.

MacBride plantea que la motivación se produce cuando la comunicación promueve tanto las metas de la sociedad como las aspiraciones individuales a corto y largo plazo, y estimula las actividades individuales y colectivas para la consecución de los objetivos comunes.

La discusión tiene lugar cuando se presenta la información disponible tanto para aclarar los problemas públicos y facilitar el consenso como para alentar el interés por los problemas locales, nacionales e internacionales (MacBride, 1987). Así, entraña la promoción del libre debate y la circulación irrestricta de ideas.

La comunicación posibilita el surgimiento de la educación en tanto se transmitan conocimientos, según consta en “Un solo mundo, múltiples voces”, con la finalidad de promover el desarrollo intelectual, la formación del carácter y la adquisición de habilidades durante toda la vida.

El avance cultural se produce al “diseminar las obras culturales y artísticas, preservar la herencia cultural y ampliar el horizonte del individuo despertando la imaginación y estimulando la creatividad y las necesidades estéticas”.⁴

El entretenimiento es definido por MacBride como la difusión de actividades para la recreación personal y colectiva, por ejemplo, las artes y el deporte.

Por último, el autor considera que la integración implica proporcionarles a individuos, grupos y naciones la posibilidad de acceder a una diversidad de mensajes que les ayuden a conocer los puntos de vista y las aspiraciones ajenos. Con este concepto, esclarece la necesidad de que la comunicación contribuya a la aceptación de la pluralidad, característica constitutiva de toda sociedad.

1.4 El proceso de la comunicación

1.4.1 Definición de proceso

Numerosos autores se inclinan por considerar la comunicación como un proceso, hecho que obliga a establecer una conceptualización de dicho término para facilitar la comprensión del fenómeno en toda su complejidad.

En pos de establecer un primer acercamiento a su significado, se destacan las siguientes acepciones que la RAE proporciona para la palabra en cuestión:

⁴ MacBride, 1987, pág. 36.

“Acción de ir hacia adelante”, “transcurso del tiempo” y “conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial”.⁵

David Berlo, estudioso de la comunicación como proceso, también percibe la necesidad de comenzar el abordaje de la problemática partiendo de una aproximación al término ya mencionado. Al igual que en la presente investigación, inicia su recorrido acudiendo al diccionario, donde se indica que se trata de cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo o de cualquier operación o tratamiento continuos. Posteriormente, recurre a la frase del filósofo Heráclito de Éfeso (V a.C.) "un hombre no puede bañarse dos veces en el mismo río" para explicar que:

Si aceptamos este concepto del proceso, consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un contante devenir, eternamente cambiantes y continuos. Si definimos algo como proceso, también estamos significando que ese algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa; que se halla en movimiento. Los componentes de un proceso «interaccionan», es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás. (Berlo, 1969)

Además, revela que deben enfrentarse dos problemáticas al momento de describir un proceso:

En primer lugar, hemos de detener la dinámica del proceso, así como detenemos el movimiento para tomar una fotografía. [...] Las interrelaciones entre los elementos son obliteradas, la fluidez del movimiento, la dinámica se ven interrumpidas. La fotografía es una representación del hecho, no el hecho en sí. [...]

El segundo problema existente para definir un proceso deriva de la necesidad de tener que hacer uso del lenguaje. Este, en la forma en que ha sido usado por la gente a través del tiempo, constituye un proceso. Él también es cambiante y está sujeto a devenir, pero a pesar de ello la cualidad de proceso del lenguaje se pierde cuando se convierte en letra escrita. [...]

Al hacer uso del lenguaje para describir un proceso nos vemos obligados a elegir determinadas palabras y tenemos que «congelar» en cierta forma el mundo físico. (Berlo, 1969)

⁵ Real Academia Española, 2001. En <http://www.rae.es>, consultado el 23 de septiembre de 2015.

1.4.2 El proceso comunicacional

La comunicación es un proceso humano fundamental, que preside y enmarca la vida del hombre, tanto en su construcción como individuo como en su inmersión en lo social. Lo comunicativo está en la base de la mayoría de las prácticas sociales y es el proceso que posibilita la vida de relación. (Zalba, 2012)

El proceso comunicacional es el pasaje de contenidos mentales que se comunican, es decir, que se hacen comunes, a quienes están comprendidos libremente en él. Su importancia radica en que enriquece a los destinatarios sin empobrecer a quien transmite. Además, promueve una relación de participación, de común-uniión en sociedad (Benson, 1993).

Jorge Schroeder y Luis Zurita (1977) aluden a teóricos como Warren Weaver para describir el proceso de la comunicación desde la perspectiva del modelo matemático lineal –pensado para la comunicación entre máquinas-: una fuente selecciona un mensaje, el cual es codificado por un transmisor en señales, que luego el receptor decodifica de modo tal que el destinatario pueda recobrar el mensaje original.

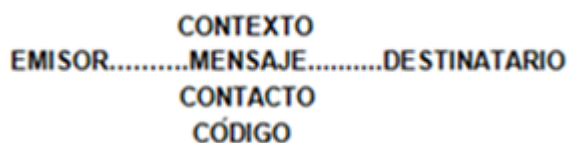
Figura Nº 1: Modelo matemático de la comunicación



Fuente: Shannon & Weaver, 1964, pág. 7.

El modelo expuesto anteriormente puede asimilarse al que Roman Jakobson propuso en la década de 1960 para representar esquemáticamente la comunicación verbal:

Figura Nº 2: Modelo de comunicación de Jakobson



Fuente: Jakobson, 1963, pág. 214. En Zalba, 2012, pág. 6.

La propuesta de Jakobson encuentra su base, según Zalba, en el modelo cibernético de traspaso de la información:

La *teoría de la información* entiende por **traspaso de información** al proceso de transmisión de una señal que pasa de una fuente emisora a una fuente receptora, a través de un canal, merced a la existencia de un código. Estas fuentes tienen la particularidad de ser aparatos mecánicos, electrónicos, digitales, organismos biológicos o elementos fisiológicos. A su vez, la señal transmitida es un estímulo, de diferente naturaleza según la índole de las fuentes intervinientes en dicho proceso, por lo tanto no posee capacidad significativa.⁶ (Zalba, 2012)

Con una perspectiva similar a la presentada anteriormente, el semiólogo italiano Umberto Eco (1985) considera que cuando el proceso se produce entre máquinas, la señal no posee capacidad significativa, por lo que no hay comunicación, sino paso de información.

En cambio, cuando el destinatario es un ser humano (y no es necesario que la fuente también sea un ser humano, con tal de que emita una señal de acuerdo con las reglas conocidas por el destinatario humano), estamos ante un proceso de comunicación, siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta INTERPRETATIVA del destinatario.⁷ (Eco, 1985)

El autor sostiene, además, que el proceso, se verifica sólo cuando existe un código, descrito como sistema de significación que reúne entidades presentes y ausentes, es decir, que establece una correspondencia entre la representación y lo representado.

⁶ La itálica y la negrita pertenecen a la autora.

⁷ La mayúscula pertenece al autor.

Por su parte, David Berlo (1964) detalla los componentes que deben ser incluidos en la discusión de un modelo de proceso de la comunicación, a saber: la fuente, el codificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor.

Fuente: se trata de “alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación”.⁸

Encodificador: dispone en un código las ideas de la fuente. En la comunicación interpersonal, esta función es efectuada por medio de la capacidad motora de la fuente: los mecanismos vocales (que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales, etcétera) y los sistemas musculares de la mano (que dan lugar a la palabra escrita, los dibujos, etcétera) y las demás partes del cuerpo (que originan los gestos, los ademanes y las posturas, entre otros).

Mensaje: traduce las ideas, los propósitos y las intenciones de la fuente en un código, es decir, en un conjunto sistemático de símbolos.

Canal: entendido por el autor como un medio, un portador de mensajes.

Decodificador: descifra los códigos del mensaje y le proporciona una forma adecuada para que el receptor pueda utilizarlo. Además, puede ser considerado como el conjunto de facultades sensoriales del destinatario.

Receptor: se trata de la o las personas situadas en el otro extremo del canal, por lo que constituyen el blanco de la comunicación.

Los modelos expuestos anteriormente han sido ampliamente criticados por considerarse que no dan cuenta de la complejidad del fenómeno que procuran describir. Por tal motivo, Estela María Zalba (2012) propone uno alternativo y recurre para ello a los aportes de Bernard Pottier en “Teoría y análisis en lingüística”, de 1992, texto en el que se define comunicación como el proceso que se verifica entre dos sujetos (singulares o colectivos), específicamente, entre el querer-decir (expresar) de uno y el poder-comprender del otro.

El «querer decir» se vincula con la intencionalidad de producción de sentido por parte del sujeto que instaura el proceso comunicativo y el «poder comprender» supone que el sujeto que asume el papel de destinatario de una comunicación debe poseer una competencia interpretativa. Estos sujetos –

⁸ Berlo, 1969, pág. 18.

activos y actuantes en el proceso- son los «actores» de la comunicación. La noción de *producir* un mensaje da mejor cuenta de la complejidad de la tarea, que la idea de «emitir» (que sería sólo la etapa o momento final de la producción); a su vez, la noción de *interpretar* le da al sujeto que recibe el mensaje una participación activa en el proceso, involucrando una operación intelectual (=«que tiene la virtud de entender» (Diccionario RAE, 2002)), lo que no hace el verbo «receptar» (que supone un ente pasivo que simplemente 'recibe').⁹ (Zalba, 2012)

Continuando con esta perspectiva, Zalba detalla que el proceso siempre se produce en una situación específica, conformada por variables espacio-temporales, las relaciones entre los participantes y las circunstancias particulares en que tiene lugar. A su vez, se encuentra enmarcado en un ámbito sociocultural determinado, cuyas variables constitutivas son un escenario social, una época histórica y un discurso social, o la confluencia de varios. Ambos elementos, la situación comunicativa (dimensión microcontextual) y el ámbito sociocultural (dimensión macrocontextual), componen el contexto.

La representación –imagen mental- del contexto que los actores del proceso elaboran influye tanto en la producción como en la interpretación del mensaje. Cabe destacar que la percepción y la evaluación del mismo no siempre son equivalentes para los sujetos, hecho que puede derivar en problemas de distorsión que pueden, incluso, conducir a la incomunicación (Zalba, 2012).

El proceso comunicativo involucra, asimismo, una serie de **conocimientos y creencias sobre el mundo** por parte de ambos sujetos, conocimientos y creencias que pueden o no ser compartidos. [...] Todo discurso trabaja sobre informaciones explícitas que se apoyan, a su vez, en conocimientos y creencias sobre el mundo; es decir, que desde la perspectiva del mensaje elaborado, estos conocimientos y creencias establecen el sustrato de supuestos e implícitos desde los cuales se articula dicho mensaje y requieren su recuperación -inferencialmente la mayoría de las veces- para su acabada comprensión. En ocasiones el desconocimiento del destinatario, o la 'inconmensurabilidad' con las propias matrices de pensamiento, hacen que el mensaje interpretado sea inconsistente. La distancia entre las *competencias enciclopédicas* (como muchos autores denominan a este conjunto de

⁹ Las itálicas pertenecen a la autora.

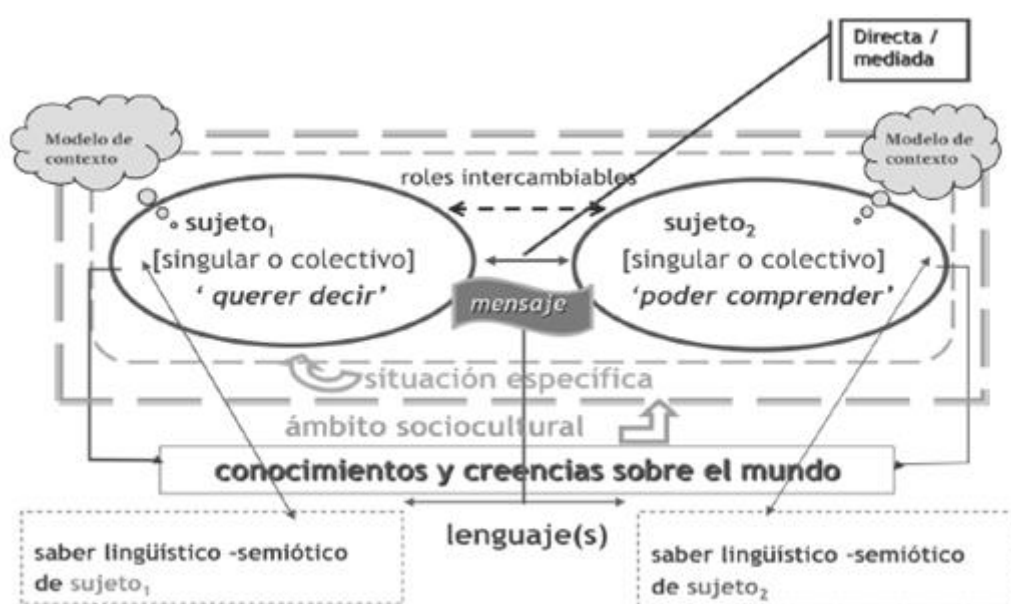
conocimientos) de los sujetos, entonces, puede engendrar problemas de incomunicación.¹⁰ (Zalba, 2012)

La construcción del mensaje presupone el uso de uno o más lenguajes, es decir, de sistemas de representación conformados por un plano de la expresión (componente relativo a la manifestación) y uno del contenido (componente semántico), cuyo dominio puede ser dispar entre los participantes del proceso comunicacional (Zalba, 2012).

Por otra parte, se destaca la distinción que realiza la autora entre comunicación directa, es decir, cara a cara, y mediada, dada la presencia de un elemento o dispositivo tecnológico en el proceso.

Por todo lo expuesto, Zalba manifiesta que hablar de un proceso comunicacional no equivale necesariamente a aseverar que este se realiza plenamente y, por ello, propone abordar este fenómeno desde la perspectiva de un modelo alternativo que explica tanto la comunicación como la incomunicación.

Figura Nº 3: Modelo alternativo



Fuente: Zalba, 2012, pág. 17.

Al igual que Zalba, Kaplún (1998) rescata un modelo alternativo, elaborado en la década de 1970 por Jean Cloutier, quien acuña el término emirec para hacer referencia a una amalgama entre emisor y receptor. “Todo hombre debe ser visto

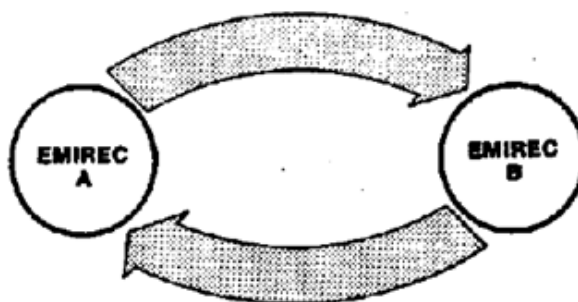
¹⁰ Las negritas e itálicas pertenecen a la autora.

y reconocido como un EMIREC, propone Cloutier; todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones, y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación alternativamente como emisor y receptor”¹¹, dice el autor respecto del concepto desarrollado por el teórico canadiense.

El proceso de comunicación se da en una interacción en donde ni la direccionalidad, ni el sentido, ni la jerarquía de la comunicación se ubican en un solo lugar. Se conforman más bien redes de comunicación. En otras palabras, se avizora un modelo de comunicación en que los receptores no sólo interpretan activamente los mensajes, sino que pueden usarlos como recurso de expresión. (Esteinou Madrid, 1998)

En el modelo de comunicación que se desprende de la concepción de Cloutier, es reflejado gráficamente por Kaplún (1998) a través de dos o más emirec intercambiando mensajes en un ciclo bidireccional –no lineal- y permanente:

Figura Nº 4: Modelo de comunicación de Cloutier



Fuente: Kaplún, 1998, pág. 65.

1.5 Clases de comunicación

Dada la complejidad del fenómeno comunicacional, se han elaborado diversas clasificaciones para describirlo desde diferentes enfoques teóricos. En este apartado, se recogerá la propuesta por Gerhard Maletzke (1992), quien identifica la existencia de tres pares de clases de comunicación: directa e indirecta, recíproca y unilateral, y privada y pública.

1.5.1 Comunicación directa e indirecta

Para el autor, la comunicación es directa cuando se realiza de modo inmediato, sin intermediarios, cara a cara. Es indirecta, en cambio, cuando se produce de

¹¹ Kaplún, 1998, pág. 65. La mayúscula pertenece al autor.

manera mediata y es transmitida a través de una distancia de espacio (con simultaneidad de emisión y percepción), tiempo (con simultaneidad de lugar) o de espacio-tiempo entre las partes intervinientes. El vínculo entre el emisor y el receptor será directo o indirecto, entonces, dependiendo principalmente de la ausencia o presencia, respectivamente, de intermediarios.

1.5.2 Comunicación recíproca y unilateral

Según Maletzke, hay reciprocidad en la comunicación cuando las partes intercambian continuamente sus papeles de emisores y receptores. La unilateralidad, por el contrario, se produce cuando no hay cambio de roles, sino una parte emitiendo y otra percibiendo mensajes constantemente.

1.5.3 Comunicación privada y pública

Si lo expresado se dirige exclusivamente a una persona determinada o a un número limitado de personas definidas de manera inequívoca, calificamos a esta comunicación de privada. Por el contrario, si la intención del informante es de que el mensaje llegue a cualquiera que está en posición de obtener acceso a él y con -el deseo de dirigirse a lo expresado, es decir, si el círculo de los receptores no está estrechamente delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación tiene el carácter de social o pública. (Maletzke, 1992)

1.6 Comunicación social

Dada la esencia sociable de la naturaleza humana (Xifra Heras, 1972), la existencia de una comunicación social no debe pasar inadvertida. El hombre vive en comunidad y necesita vincularse –comunicarse- con los demás para garantizar su subsistencia.

La noción de comunicación social reside para Jorge Benson (1993) en la transmisión de un mensaje que un emisor, fuente o comunicador le dirige a un receptor, destinatario o receptor, a través de un medio de difusión, con alguna repercusión en éste, en particular, y en la sociedad, en general.

Como puede apreciarse, se trata de un fenómeno *circular* más que lineal: no es un monólogo, no es un lanzar al aire un mensaje, sino que se trata,

precisamente, de un proceso *comunicativo* que une de alguna manera al que emite y al que recibe un determinado contenido.¹² (Benson, 1993)

Gerhard Maletzke (1992) también se aproxima a este concepto describiéndolo como aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos pública, indirecta y unilateralmente por medios técnicos de comunicación a un público disperso o colectividad.

Analizando la definición propuesta por el teórico polaco, surge, en primer término, la necesidad de esclarecer cómo es la transmisión en la comunicación social. Se dice que es pública porque se produce “sin la presencia de un conjunto de receptores limitado y definido de modo personal”.¹³ La existencia de una distancia temporal, espacial o espacio-temporal entre los participantes de la comunicación determina que sea indirecta. Por su parte, la unilateralidad radica en el hecho de que emisores y perceptores no intercambian respuestas.

Los medios técnicos de comunicación pueden definirse como aquellos instrumentos o aparatos técnicos (Maletzke, 1992) que poseen la cualidad de transmitir al mismo tiempo un mensaje determinado a una audiencia, como describe Wright (1972), relativamente grande, heterogénea y anónima.

El último concepto a analizar es el de público disperso o colectividad, al cual el autor le atribuye las siguientes características esenciales:

a) El público disperso se distingue porque algunas personas, en general muchas, tornan hacia un objeto común; esto es, hacia los mensajes de la comunicación social. [...]

b) Los mensajes hacia los cuales tornan los componentes de los «públicos dispersos» son transmitidos por los medios de comunicación social, es decir, no por comunicación personal directa.

c) Los componentes de una colectividad representan en su totalidad un agregado de individuos separados entre sí en el espacio o por grupos relativamente pequeños, reunidos en un lugar. (Maletzke, 1992)

Como características accidentales, el público disperso o colectividad presenta la particularidad de estar compuesto por un número relativamente grande de

¹² Las itálicas pertenecen al autor.

¹³ Maletzke, 1992, pág. 43

personas, cuyo límite superior llega al infinito, pero el inferior es impreciso y no puede ser definido; no contar con contactos humanos directos (comunicación inmediata) entre sus miembros; ser heterogéneo y no hallarse estructurado ni organizado.

1.7 Comunicación mediática

Según Estela María Zalba, la comunicación mediática “hace referencia a los procesos comunicativos que genera el conjunto de los medios de comunicación (‘media’ o ‘mass media’), gráficos, radiales y televisivos, que abarcan producciones discursivas diferentes -informativas, ficcionales, publicitarias, entre otras-”.¹⁴ Cabe destacar que, por sus particularidades, se deduce que recoge las características desarrolladas por Maletzke para describir la comunicación social.

El sincretismo o integración de todos los lenguajes existentes (natural, visual, musical y audiovisual) es una de las peculiaridades semióticas de los modos de construcción discursiva de lo mediático. También pueden identificarse como parte de ellas la apropiación, adaptación e hibridación de géneros provenientes de otros ámbitos discursivos, y la generación de sus propios géneros y formatos (Zalba, 2012).

1.8 Medios de comunicación

Hablar de comunicación mediática implica, necesariamente, aproximarse a la noción de medios de comunicación. Jorge Benson los define como instrumentos, “intermedios entre quien se sirve de la técnica y los destinatarios a los que se alcance a través de aquellos con un mensaje. En definitiva, son medios para la relación entre personas”.¹⁵

Para Zalba (2012), constituyen una de las formas de socialización de los individuos, junto con la escuela y la familia, ya que aproximan al individuo, según Miquel Rodrigo Alsina (1998), a la realidad de una forma especial.

La representación por parte de los media de la realidad va mucho más allá de la propia realidad perceptible. Es decir, el ojo electrónico llega donde no puede llegar el ojo humano. [...] Los mass media nos aproximan así a los acontecimientos de una forma absolutamente distinta para el individuo. No

¹⁴ Zalba, 2012, págs. 8-9.

¹⁵ Benson, 1993, pág. 17.

sólo porque nos muestran acontecimientos en los que no podríamos participar, sino porque, en los que hemos participado, nos aproximan a los hechos de una forma nueva, más «real». (Rodrigo Alsina, 1989)

Raymond Williams establece que los medios de comunicación son “las instituciones y formas en que se transmiten y se reciben las ideas, las informaciones y las actitudes; entiendo por comunicación el proceso de transmisión y recepción”.¹⁶

Maletzke, por su parte, los define como “los instrumentos o aparatos técnicos mediante los cuales se difunden mensajes de manera pública, indirecta y unilateralmente, a un público disperso”.¹⁷

1.8.1 Clases de medios de comunicación

Los medios de comunicación ofrecen una multiplicidad de abordajes posibles, hecho que motiva que puedan ser catalogados empleando diferentes criterios.

Clasificación según su función

En este apartado se tomará en consideración la clasificación propuesta por Raymond Williams (1992) para los sistemas (medios) de comunicación de acuerdo con la función que cumplen. Según el autor, estos pueden dividirse en amplificadores, de almacenamiento e instrumentalmente alternativos.

a) Sistemas amplificadores: Williams incluye aquí a la megafonía, la telefonía, la transmisión radial, la televisión, en síntesis, a todo medio capaz de transmitir voces, expresiones, gestos y acciones.

b) Sistemas de almacenamiento: su función consiste en el registro más o menos permanente de voces humanas –por ejemplo, en grabaciones de sonido-, expresiones, percepciones, gestos y acciones -como en pinturas y esculturas-, o de ambos elementos, sonidos e imágenes -en vídeos y películas-.

c) Sistemas instrumentalmente alternativos: se caracterizan por “el uso o la representación de fuentes físicas inherentes, aun cuando pretenden ser

¹⁶ Williams, 1978, pág. 15.

¹⁷ Maletzke, 1992, pág. 105.

equivalentes, como el registro y la transmisión de información e ideas en sistemas materiales localmente autónomos, llámense escritura, impresión o teletexto”.¹⁸

Clasificación según su estructura física

En este apartado se emplearán los aportes de Carlos García Sandoval y Anuar Al-Ghassani en su libro “Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica”, de 1990, texto en el que los clasifican de acuerdo a su estructura física en medios audiovisuales, radiofónicos, impresos y digitales.

a) Medios audiovisuales: son aquellos que se basan en la imagen y el sonido para expresar la información. Se encuentran aquí la televisión y el cine (García Sandoval & Al-Ghassani, 1990).

Con el desarrollo de la TV por cable, cada empresa titular de una señal brinda un menú de múltiples opciones en cuanto a los elementos constitutivos del producto. Existe una programación secuencial, y a la vez, una oferta paralela de cada frecuencia.

Como rasgo característico, la televisión ostenta la capacidad de emitir su relato de los acontecimientos de manera directa (inmediata) que junto a la combinación de imagen y sonido en la representación de los hechos, le otorga el carácter de ‘verosímil’ por sobre otros tipos de narración. Desde el punto de vista informativo, esta característica le concede cierta supremacía con relación a otros medios. (Zanetti, Serra, Sánchez, & Sáiz, 2000)

b) Medios radiofónicos: aquí se halla la radio, medio de comunicación que con mayor prontitud consigue transmitir la información, dados los pocos requerimientos que demanda su producción (García Sandoval & Al-Ghassani, 1990). Por su parte, Zanetti, Serra, Sánchez y Sáiz, (2000) consideran que entre los rasgos que la hacen distintiva se destaca no sólo la rapidez en la llegada del mensaje, sino también lo efímero del mismo, ya que el oyente no tiene la posibilidad de realizar una re-lectura del producto comunicacional.

c) Medios impresos: García Sandoval y Al-Ghassani (1990) ubican aquí a todas aquellas publicaciones impresas que tengan como objetivo informar: revistas, periódicos y folletos, entre otros. La perdurabilidad de su soporte, para Zanetti, Serra, Sánchez y Sáiz, (2000), es su rasgo principal.

¹⁸ Williams, 1992, pág. 187.

Los criterios de selectividad utilizados por los públicos consumidores tienen relación con el tipo de mensaje, estrategias gráficas, precio y periodicidad. No obstante y para algunos medios en particular es posible ubicar otro eje de articulación de su consumo: la pertenencia a distintos grupos sociales (profesionales de determinadas disciplinas, residentes de algún barrio, simpatizantes de algún club, etc.). (Zanetti, Serra, Sánchez, & Sáiz, 2000)

d) Medios digitales: también llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Habitualmente, se accede a ellos a través de Internet. La rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar hacen de estos una herramienta muy atractiva y llena de recursos. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren mucho dinero ni personas para ser producidos, basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar las herramientas de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi ilimitada, lo que hace que día a día un gran número de personas se incline por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar (García Sandoval & Al-Ghassani, 1990).

1.9 Tecnologías de la Información y la Comunicación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son definidas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2003) como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores.

Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de la información, sino que además permiten una comunicación interactiva. El actual proceso de 'convergencia de TIC' (es decir, la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas) tiende a la coalescencia de tres caminos tecnológicos separados en un único sistema que, de forma simplificada, se denomina TIC (o la 'red de redes'). (CEPAL, 2003)

Sus ámbitos de aplicación son múltiples e incluyen el fomento de la democracia y la ciudadanía, la prestación de servicios públicos con mayor eficiencia y transparencia, el mejoramiento de la calidad educativa, el fortalecimiento de las

capacidades de los gobiernos locales y el incremento de la cooperación regional, entre otros (CEPAL, 2005).

1.9.1 Sociedad de la información

El uso de las TIC tiene consecuencias significativas en el modo de procesar y distribuir por todo el mundo el conocimiento, ya que emplean un lenguaje binario para recibir y manipular mensajes, y comunicarse entre ellas.

Una consecuencia directa de este fenómeno es la sociedad de la información, un paradigma que desde comienzos del milenio está produciendo profundos cambios gracias a los nuevos medios disponibles para crear y divulgar información mediante tecnologías digitales (CEPAL, 2003). Además, es la expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos, o renovados merced a los desarrollos tecnológicos que se consolidaron en la última década del siglo pasado. La digitalización de la información es el sustento de la nueva revolución informática (Trejo Delarbre, 2001).

Este nuevo contexto global, según Raúl Trejo Delarbre (2001), presenta las siguientes características:

Exuberancia: “Disponemos de una apabullante y diversa cantidad de datos. Se trata de un volumen de información tan profuso que es por sí mismo parte del escenario donde nos desenvolvemos todos los días”.¹⁹

Omnipresencia: los nuevos instrumentos de comunicación, o al menos sus contenidos, pueden encontrarse por doquier y forman parte del escenario público contemporáneo y la vida privada. Estos se han convertido en el espacio de interacción social por excelencia, lo cual implica mayores facilidades para el intercambio de preocupaciones e ideas, pero también una riesgosa supeditación a los consorcios que tienen mayor influencia, particularmente en los medios de difusión abierta (Trejo Delarbre, 2001).

Irradiación: según el autor, el intercambio de mensajes posee actualmente una distancia ilimitada gracias a que las barreras geográficas y físicas se han difuminado y vuelto relativas.

¹⁹ Trejo Delarbre, 2001. En <http://www.oei.es/revistacts>, consultado el 26 de septiembre de 2015.

Velocidad: para Trejo Delarbre, esto se produce gracias a que las comunicaciones son instantáneas.

Multilateralidad/centralidad: las capacidades técnicas de la comunicación contemporánea posibilitan la recepción de información de todas partes, aunque lo más frecuente es que la mayor parte de los mensajes que circulan por el mundo surja de algunos sitios. En todos los países hay producción, por ejemplo, cinematográfica, sin embargo, el contenido de las series y los filmes más conocidos suele ser elaborado en las metrópolis culturales (Trejo Delarbre, 2001).

Interactividad/unilateralidad:

A diferencia de la comunicación convencional (como la que ofrecen la televisión y la radio tradicionales) los nuevos instrumentos para propagar información permiten que sus usuarios sean no sólo consumidores, sino además productores de sus propios mensajes. En la Internet podemos conocer contenidos de toda índole y, junto con ello, contribuir nosotros mismos a incrementar el caudal de datos disponible en la red de redes. Sin embargo esa capacidad de la Internet sigue siendo poco utilizada. La gran mayoría de sus usuarios son consumidores pasivos de los contenidos que ya existen en la Internet. (Trejo Delarbre, 2001)

Desigualdad: según Trejo Delarbre, a nivel global el acceso a la red se incrementa continuamente en los países desarrollados, pero es ajeno para la mayoría de la población en aquellos que se encuentran en vías de desarrollo.

Heterogeneidad: se produce gracias a la multiplicación de las actitudes, los pensamientos y las circunstancias de las sociedades (Trejo Delarbre, 2001).

Desorientación: según el autor, la abundancia de información no es necesariamente fuente de enriquecimiento cultural, sino a veces, de aturdimiento personal y colectivo.

Ciudadanía pasiva: la dispersión y abundancia de mensajes, la preponderancia de los contenidos de carácter comercial propagados por grandes consorcios mediáticos, y la ausencia de capacitación y reflexión suficientes sobre estos temas suelen aunarse para que el consumo prevalezca sobre la creatividad y el intercambio mercantil sea más frecuente que el de conocimientos.

CAPÍTULO II: PERIODISMO

Los conceptos vertidos en el capítulo anterior resultan de vital importancia para enmarcar y comprender aquellos que se desarrollan a continuación. El periodismo, sus géneros y funciones son analizados aquí a modo de establecer una aproximación al objeto de estudio de la presente investigación. En este sentido, también se realiza un recorrido por la evolución del mismo y se indaga en las nociones de noticia y tratamiento informativo.

2.1 Definición de periodismo

Ofrecer una conceptualización del periodismo no resulta una tarea sencilla, dado que frecuentemente suele darse por sentado que se conoce el significado y los alcances de dicho término. La propuesta de aproximarse a su definición no sólo alberga una finalidad teórica, sino también una práctica, ya que será a partir de la misma que se extraerán los criterios necesarios para analizar otros elementos de interés conforme los objetivos de la presente tesina.

Para comenzar a abordar la problemática en cuestión y tomando en consideración las nociones desarrolladas en el capítulo anterior, se recogen los aportes de Gerhard Maletzke (1992), quien destaca que comunicación social y periodismo no pueden ser considerados sinónimos. El autor considera que pertenecen al primer concepto tanto los mensajes de actualidad como los de índole artística, instructiva y de entretenimiento, siempre propagados por los medios de comunicación. En cambio, el segundo comprende sólo los de actualidad.

En relación a lo expuesto anteriormente, se encuentra la contribución de Vicente Leñero y Carlos Marín (1986), quienes plantean que el periodismo constituye una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y analizan los hechos de interés público, y sin la cual el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales, resúmenes, interpretaciones históricas y anécdotas. Nótese que los teóricos no presentan al periodismo como un sinónimo de la comunicación social, sino como una vertiente de la misma. En este sentido, puede considerarse que siguen la misma línea conceptual, al menos en este aspecto, que Maletzke.

Por su parte, Lorenzo Gomis (2008) considera que el periodismo es un método de interpretación de la realidad social.

La interpretación periodística permite, mediante el lenguaje, descifrar y entender la realidad de las cosas que han pasado y pasan a nuestro alrededor. Se completa con un esfuerzo, también de cariz interpretativo, por hacerse cargo del posible significado y alcance de los hechos captados y por intentar explicarlos; el comentario que se hace de los hechos llega incluso al intento de interpretar el futuro, especialmente el futuro deseable, para indicar cómo se podía alcanzar. La realidad a la que se refiere la interpretación periodística es la realidad social. El periodista no pretende interpretar lo que pasa en la intimidad de las conciencias ni en la profundidad del inconsciente: la realidad que el periodista pretende interpretar es la del ámbito humano y social donde se producen los hechos. (Gomis, 2008)

La realidad social es la actualidad, es decir, lo que cambia, lo nuevo y público de las relaciones humanas. El periodismo, entonces, es el acto de decidir qué se le dice al público de todo lo que ha ocurrido últimamente (Gomis, 2008). Nuevamente, se puede apreciar una coincidencia con el pensamiento de Maletzke: el periodismo comprende los mensajes de actualidad.

2.2 Géneros periodísticos

“El periodismo se ejerce a través de variadas formas de expresión denominadas géneros”²⁰, los cuales presentan un estilo literario singular (Edo, 2009) y cumplen diferentes funciones para satisfacer diversas necesidades sociales (Gomis, 1991).

[...] si queremos definir o explicar con una aproximación certera lo que son los géneros periodísticos, desde una perspectiva general, podemos hacerlo considerándolos como modelos concretos de creación lingüística que permiten presentar de forma adecuada y comprensible la información, la interpretación y la opinión, en cualquiera de las distintas variedades de medios de comunicación de masas, tanto escritos como audiovisuales o digitales. (Edo, 2009)

Tomando como puntapié inicial el aporte de Concha Edo expuesto en el párrafo anterior, para la delimitación de los géneros periodísticos se tendrán en cuenta

²⁰ Leñero & Marín, 1986, pág. 39

las consideraciones de John Müller (1987-1988), quien reconoce tres clases de periodismo, informativo, interpretativo y de opinión.

2.2.1 Periodismo informativo

La palabra informar significa enterar o dar noticia de algo, entre otras acepciones (RAE, 2001). El verbo proviene del latín *informāre*, que denota formar, dar forma, esbozar, describir, instruir, disponer, organizar, representarse e imaginarse (VOX, 2001).

El periodismo informativo es aquel que “procura dar a conocer lo que se refiere a un hecho ocurrido o por ocurrir ajustándose, en lo posible, a toda una serie de recursos que tienden a crear el efecto de fidelidad respecto del acontecimiento, la ilusión de verdad”.²¹

La información responde a la necesidad del público de saber qué sucede y qué significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales (Gomis, 1991). Cabe destacar que:

[...] para *dar forma* a un hecho en la mente del lector –que es lo que será informar, si nos atenemos al origen etimológico- hay que *dar forma* al hecho previamente en la mente del informador, y aún antes hay que descubrir y aislar el hecho del *continuum* de realidades sociales en movimiento, de relaciones humanas entretejidas en el espacio y el tiempo y de la misma presencia mudable de la naturaleza (tormentas, terremotos, etc.).²² (Gutiérrez Palacio, 1984)

El estilo informativo se caracteriza, según Leñero y Marín (1986), por su:

- **Objetividad:** implica que el periodista narre los acontecimientos sin entrometerse entre estos y el lector, es decir, que pase inadvertido. Es por esto que el estilo objetivo se destaca por la ausencia de juicios sobre el hecho y el uso de un estilo escueto e impersonal.
- **Sencillez:** consiste en utilizar un lenguaje comprensible para el mayor número de personas posible, ya que los medios están dirigidos a todo tipo de públicos, por lo que los perceptores no poseen el mismo nivel cultural.

²¹ Atorresi, 1995, pág. 20.

²² Las itálicas pertenecen al autor.

- **Claridad:** significa expresión al alcance de todos, conceptos precisos, sintaxis correcta y vocabulario accesible. Dado que el público se entera de los hechos en condiciones casi siempre incidentales, la redacción de la noticia debe ser además concisa e interesante.

Al no haber un consenso entre los autores respecto de los géneros periodísticos informativos, se procederá a elaborar una clasificación personal, de acuerdo con los objetivos de la presente investigación. En este sentido, se considerará que son propias del periodismo informativo la noticia, la entrevista y la crónica.

a) Noticia

La noticia es considerada el género fundamental del periodismo, aquel que nutre al resto y cuyo único propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo (Leñero & Marín, 1986), como indica Gomis (1991), con claridad, rapidez y exactitud.

Según Lorenzo Gomis (1991), lo que en los medios se llama información es una variante o extensión de la noticia, por lo que hay autores que prefieren hablar de noticia y otros, de información, por ejemplo, José Luis Martínez Albertos:

La *información*, en cuanto a género periodístico, viene a coincidir sustancialmente con el concepto de usual que se tiene de la noticia, concebida como un texto literario de características peculiares. La *información* [...] es la misma noticia elaborada sobre la base mínima de sus elementos básicos, a los que se suele añadir algunas de sus circunstancias explicativas más dignas de relieve.²³ (Martínez Albertos, 1974)

Miquel Rodrigo Alsina, por su parte, establece la diferencia entre noticia y acontecimiento:

La noticia es la narración de un hecho o la reescritura de una narración, mientras que el acontecimiento es la percepción del hecho en sí o de la noticia. La empresa informativa puede entenderse como una industria que tiene como *inputs* los acontecimientos y *outputs* las noticias. Sin embargo, hay que puntualizar que un acontecimiento no es una realidad objetiva, exterior y ajena al sujeto perceptor del mismo. En primer lugar, porque los

²³ Las itálicas pertenecen al autor.

mass media trabajan con noticias que les sirven las agencias de noticias. En segundo lugar, aunque se dé la percepción directa del hecho por un periodista, éste siempre interpretará la realidad de acuerdo con su enciclopedia. [...] Además hay que tener en cuenta que los acontecimientos son «realidades» históricas determinadas socioculturalmente, como puede apreciarse en la variación histórica que en los mismos se han producido. En la actualidad los mass media establecen unos parámetros para delimitar los hechos que cabe considerar como acontecimientos.²⁴ (Rodrigo Alsina, 1989)

Si bien no hay géneros objetivos, la noticia es el menos subjetivo, ya que el periodista no califica ni interpreta aquello que informa, sino que se limita a relatar lo sucedido ateniéndose a la verosimilitud y permitiendo que el público saque sus propias conclusiones (Leñero & Marín, 1986).

b) Entrevista

La entrevista es la conversación entre un periodista y uno o varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o varios entrevistados. A través del diálogo entre los participantes, se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones y juicios (Leñero & Marín, 1986).

Jorge Halperín (1995) la define como la más pública de las conversaciones privadas.

*Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público. El sujeto entrevistado sabe que se expone a la opinión de la gente. Por otra parte, no es un diálogo libre con dos sujetos. Es una conversación radial, o sea centrada en uno de los interlocutores, y en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro el de ser escuchado.*²⁵ (Halperín, 1995)

Como método indagatorio, es empleada en la mayoría de los géneros periodísticos. La información periodística se obtiene en las respuestas, nunca en las preguntas del periodista (Leñero & Marín, 1986).

²⁴ Las itálicas pertenecen al autor.

²⁵ Las itálicas pertenecen al autor.

Cuando la entrevista aporta los elementos principales de la nota, se denomina noticiosa o de información. Cuando recoge opiniones y juicios, de opinión. En cambio, cuando está destinada a construir un retrato físico y psicológico del entrevistado, es de semblanza (Leñero & Marín, 1986). En cualquier caso, su función es permitir una doble aproximación: del periodista al entrevistado, del entrevistado al público (Gomis, 1991).

c) Crónica

“La crónica tiene una función de relato de lo que pasa a lo largo del tiempo por un lugar o tema”.²⁶ En otras palabras, narra un acontecimiento dando la ilusión de un desarrollo cronológico (Atorresi, 1995). Según Leñero y Marín (1986), es informativa cuando el cronista se limita a informar sobre un suceso, sin emitir opiniones.

La categoría tiempo remite a la relación entre dos líneas temporales: aquella en la que transcurrió la historia y la que pertenece al relato de la misma. Cuando hay correspondencia entre ambas, se genera la ilusión de que el texto refleja los hechos respetando el orden en que tuvieron lugar y se percibe la sucesión temporal como un encadenamiento lógico. En cambio, cuando no coinciden, es decir, cuando hay anacronías, puede generarse cierto suspenso o esclarecerse algún “enigma” al remitir a hechos anteriores o posteriores a él. (Atorresi, 1995)

Leñero y Marín (1986) le atribuyen las siguientes características a la crónica:

Relato: exposición en orden cronológico de cada uno de los momentos y elementos que hacen importante un acontecimiento.

Público: por estar destinada al público en general, debe estar escrita en lenguaje claro, sencillo y comprensible para la mayoría.

Oportuno: si se narra un hecho de actualidad, la crónica debe ofrecerse cuando este acaba de ocurrir. En el caso de que este sea pasado, debe coincidir con la fecha en que este ocurrió, es decir, debe publicarse como efeméride, o aportar un elemento novedoso, distinto a lo publicado hasta ese momento.

Cómo sucedió: a diferencia de la noticia, que se centra en desentrañar el qué, la crónica se sustenta particularmente en delucidar el cómo sucedió el hecho.

²⁶ Gomis, 1991, pág. 46.

2.2.2 Periodismo interpretativo

La RAE (2001) considera que interpretar implica explicar o declarar el sentido de algo. El origen etimológico de la palabra es el vocablo latino *interpretāri*, cuyo significado es interpretar, explicar, entender o tomar en uno u otro sentido (VOX, 2001).

Abraham Santibáñez, académico chileno especializado en este género, reflexiona sobre la interpretación en el periodismo:

Interpretar, desde el punto de vista periodístico, consiste en buscar el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada. Situarlos en un contexto, darles un sentido y entregárselo al lector no especializado. Por exigencia profesional, además, esta interpretación debe tratar de prescindir de opiniones personales, debe basarse en hechos concretos y en opiniones responsables y que sean pertinentes, y debe ser presentada en forma amena y atractiva. (Santibáñez, 1995)

Según Juan Gutiérrez Palacio (1948), el periodismo interpretativo o explicativo es informativo, pero se diferencia de este último porque trata de profundizar más en los hechos explicando la noticia dentro de un contexto en el que cobran significación y analizando sus antecedentes y futuras repercusiones previsibles.

Por su parte, Edo (2009) lo diferencia del periodismo de opinión, ya que considera que el reportero interpretativo explica sin que se pueda determinar su postura, mientras que los editorialistas y columnistas defienden una actitud concreta.

Al igual que en el periodismo informativo, no hay un consenso entre los autores respecto de cuáles son los géneros propios del interpretativo. Por tal motivo, aquí también se ofrecerá una clasificación personal, en la que se incluyen la crónica interpretativa y el reportaje interpretativo.

a) Crónica interpretativa

Tal como fue mencionado anteriormente, la crónica es un relato construido respetando la cronología de los hechos, es decir, que está abocada a exponer cómo sucedieron. En el caso de la interpretativa, señalan Leñero y Marín (1986), además se busca analizar por qué ocurrieron.

Más que informar y opinar, el cronista enjuicia los hechos para orientar al público. Toma la realidad como punto de referencia para interpretar fenómenos sociales y emite juicios que podrían aplicarse a todos los sucesos de carácter similar al abordado (Leñero & Marín, 1986).

b) Reportaje interpretativo

El reportaje se elabora para ampliar, completar, complementar y profundizar la noticia, explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso. Por todo esto se considera que es el género más completo del periodismo, ya que en él caben las revelaciones noticiosas, una o más entrevistas, las notas cortas de la columna, el relato secuencial de la crónica y la interpretación de los hechos (Leñero & Marín, 1986).

Según Gutiérrez Palacio (1984), la interpretación no es proporcionada por el reportero, sino por los elementos que este aporta para la debida valoración del hecho.

El reportaje interpretativo tiene que forzar continuamente la línea entre los datos objetivos y la valoración subjetiva que el periodista hace de dichos datos. Pero entre el peligro de la falsa objetividad –la pura y simple exposición de noticias- y el riesgo de que los propios errores de interpretación se contagien a los lectores, la Prensa contemporánea más responsable se decide por el segundo camino.

Es sintomático de este planteamiento el que los grandes periódicos interpretativos no hablen prácticamente nunca de objetividad. Prefieren referirse a la *honestidad*.²⁷ (Gutiérrez Palacio, 1984)

2.2.3 Periodismo de opinión

Las personas necesitan formarse una opinión de las cosas y comentarlas para saber en qué las afectarán y qué pueden hacer para sacar provecho de ellas o hacerles frente eficazmente y evitar el mal que podrían producirles (Gomis, 1991).

La RAE (2001) establece que opinar implica formar o tener una opinión, definición que obliga a indagar sobre qué se entiende por este último concepto. Consultando la misma fuente, se encuentra que una opinión es un dictamen o un juicio que alguien se forma de algo cuestionable, a la vez que puede ser la fama o

²⁷ La itálica pertenece al autor.

el concepto que se le atribuye a alguien o algo. Su origen etimológico proviene del vocablo latino *opinio*, cuyo significado es opinión, suposición, creencia, idea, representación (VOX, 2001).

El periodismo de opinión es asociado por diversos autores al concepto de comentario. Tal vinculación tiene su origen en el principio anglosajón "*comment is free, but facts are sacred*" ("el comentario es libre, pero los hechos son sagrados")²⁸, que se refiere, según Edo (2009), a la solicitud de opinión y la información. De esta distinción, de acuerdo con la autora, surgen los géneros básicos que expresan el juicio valorativo que provocan en el periodista y la sociedad los hechos noticiosos –los comentarios-, y aquellos abocados al relato de los mismos –la noticia-.

Los comentarios o artículos son textos basados en la exposición, con un estilo literario libre y creador, de ideas y juicios valorativos provocadas por hechos noticiosos relativamente recientes. Generalmente, son ocasionales, aunque puede ocurrir que posean una periodicidad fija (Edo, 2009).

Comentar es meditar, aunque tenga por objeto lo que acaba de ocurrir o está ocurriendo aún. El comentario se sitúa a cierta distancia del hecho y esboza una reacción ante él, una respuesta que puede tomar la forma de una acción o quedarse en un juicio. La aportación del comentario es claramente distinta de la que hace la información, ya se trate del comentario editorial, que nos dice qué piensa el medio, o de los comentarios firmados que nos dicen qué piensan los comentaristas, redactores o colaboradores encargados de comentar los hechos o aportar libremente sus opiniones. (Gomis, 1991)

Martínez Albertos (1974), citando a Emil Dovifat, reconoce la existencia de un estilo periodístico de solicitud de opinión, basado en el conjunto de expresiones periodísticas, valga la redundancia, destinado a conseguir el convencimiento de los lectores. Según el autor, este cumple una función editorialista, la cual consiste en enjuiciar e interpretar las noticias en función de la orientación ideológica del periódico.

²⁸ Frase escrita por Charles Prestwich Scott el 5 de mayo de 1921 en The Manchester Guardian.

Basándose en los aportes de Domenico de Gregorio, Martínez Albertos (1974) distingue tres modos (considerados estilos por el otro teórico) de elaboración formal de los contenidos del mensaje: el didascálico, el objetivo y el interpretativo.

Didascálico: el periodista adopta una actitud autoritaria, ya que expone con la seguridad y la certeza de que lo que razona y argumenta debe ser necesariamente creído y aceptado pasivamente por los lectores.

Objetivo: según el autor, aquí los hechos y principios son expuestos con una actitud fría y distante, es decir, evitando emitir un juicio sobre los mismos.

Interpretativo: el editorialista, destaca Martínez Albertos, se esfuerza por proporcionarle al lector los elementos necesarios para que pueda arribar a un mejor conocimiento del tema, con el fin de orientar su juicio hacia conclusiones apuntadas levemente por él, sin pretender convertirlas en tesis definitivas.

Además de estas modalidades, el estilo de sollicitación de opinión presenta dos excesos, señalados por Juan Gutiérrez Palacio (1984) y Martínez Albertos (1974): el lenguaje totalitario y el lenguaje funcional y político.

Lenguaje totalitario: citando el artículo “El lenguaje en el Estado totalitario”, de Hannes Maeder, publicado en la revista Humboldt en 1962, Gutiérrez Palacio (1984) le atribuye las siguientes características:

- Predominio de la oratoria y, como consecuencia, estilo declaratorio, tipo arenga.
- Propagandismo triunfalista: “Lo «nuestro» es siempre lo bueno, lo perfecto, lo justo, lo del enemigo es siempre malo, defectuoso o injusto”.²⁹
- Ideologización constante: este rasgo consiste en el falseamiento y la deformación dialéctica de los conceptos, y el desprecio por la lógica.
- Exagerada abstracción y desmedida pretensión científica.
- Obsesión estimativa y apasionada: producto de la desaparición de los términos medios.
- Consignas mágicas: se dictamina lo que hay que pensar y cómo hay que pensar.

²⁹ Gutiérrez Palacio, 1984, pág. 84.

- Tensión agitadora: no se le habla al intelecto ni la razón, sino a la voluntad y la pasión.
- Prevalencia del “súper-yo”: se impone el criterio supraindividualista y transpersonal.
- Formulismo partidista: se produce por la expresión mediante un sistema de fórmulas inapelables.
- Pretensión de poseer la verdad absoluta.

Lenguaje funcional y político: Ángel Rosenblat, citado por Martínez Albertos (1974), destaca el predominio del lenguaje abstracto, es decir, el funcional y político, por sobre el concreto. El autor lo considera un subproducto del totalitarismo, con imágenes estereotipadas, inmunes a toda contradicción, que no dejan lugar para la distinción y el desarrollo, capaces de bloquear el pensamiento conceptual.

Ramón Nieto, también citado por Martínez Albertos (1974), le atribuye al lenguaje político el uso de los siguientes recursos:

- La traslación lingüística: cuando se asimila una palabra a un problema, a menudo se traslada la atención del problema a la palabra.
- El adjetivo disuasivo: se trata de adjetivos tan rotundos que nadie se detiene a pensar en lo que quieren decir. Por ejemplo: irreversible, incuestionable, consustancial, etcétera.
- Las derivaciones: llamadas familias de palabras por la gramática.
- Los tropismos: dicese de la trasposición de términos de un terreno a otro.
- Las anfibologías: también llamadas ambigüedades. Tienen lugar cuando los conceptos son equívocos en sí mismos o su definición es imprecisa.
- La adición de secuencias: la incorporación de secuencias a la construcción principal introduce variaciones a veces sustanciales en su significado.
- El esoterismo: se trata de la tendencia al enigma, mediante expresiones fuera del lenguaje usual.
- La alusión perifrástica o eufemismo: el eufemismo se basa en la utilización de manifestaciones suaves o decorosas de ideas cuya franca

expresión sería dura o malsonante (RAE, 2001). En otras palabras, consiste en evitar llamar las cosas por su nombre.

En cuanto a los géneros periodísticos de opinión, se tomarán en consideración aquellos desarrollados por Gutiérrez Palacio (1984): editorial, columna, artículo y crítica.

a) Editorial

El editorial es la voz del medio (Gutiérrez Palacio, 1984), ya que es un género que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo (Leñero & Marín, 1986). “Por tratarse de una labor complicada y comprometida para el periódico, el artículo editorial se confía tan sólo a personas perfectamente identificadas con la línea política de la dirección o los propietarios de la empresa”³⁰, explica Martínez Albertos.

Leñero y Marín (1986) destacan que a diferencia del resto de los géneros de opinión, este no lleva firma. Si bien esa es la constante, Gutiérrez Palacio (1984) señala que también suele llamarse editorial al comentario firmado por el director del medio.

El estilo editorial es sobrio; su lenguaje, impersonal; su tono, noble, y su actitud, de firmeza y autoridad (Gutiérrez Palacio, 1984).

b) Columna

La columna es un artículo interpretativo, orientador, analítico, enjuiciativo y valorativo (Martínez Albertos, 1974), con un lugar y una periodicidad fijos, que informa y comenta hechos de interés público (Leñero & Marín, 1986). Se diferencia del editorial por llevar firma, por lo que las opiniones vertidas en ella se le atribuyen exclusivamente a su autor.

El columnista narra las noticias, sus alcances y consecuencias desde su perspectiva de los hechos. Si bien generalmente manifiesta su punto de vista, puede ocurrir que prefiera, en cambio, brindar una explicación. En cualquiera de los casos, puede nutrir su exposición con recursos literarios, giros, expresiones coloquiales, ironías y humor, aspecto que lo diferencia del editorialista (Gutiérrez Palacio, 1984).

³⁰ Martínez Albertos, 1974, pág. 143.

c) Artículo

Gutiérrez Palacio (1984) lo define como un escrito de contenido variado y amplio, de varia y diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea actuales y de especial trascendencia, según la convicción del articulista. El autor destaca además que puede escribirse sin necesidad de que su núcleo sea la noticia, ya que la opinión del periodista es el eje.

César González Ruano, citado por Martínez Albertos (1974), plantea que casi nunca el articulista trata un tema de actualidad, sino de un ambiente actual, lo que no es lo mismo, o bien uno cuya actualidad está en el calendario y es siempre la misma. A su vez, señala que el artículo es un género híbrido, ya que no es posible establecer si se trata de una modalidad de periodismo mayor o de literatura menor.

c) Crítica

Martín Vivaldi, citado por Martínez Albertos (1974), define la crítica como una reseña valorativa de una obra humana -literaria o artística-, que, una vez expuesta al público, requiere el juicio de un experto que la interprete y valore.

2.3 Fuentes informativas

Para poder emprender una reconstrucción acabada del hecho, resulta menester en primer lugar contar con la información necesaria para comprenderlo. Sin ella, la narración sería incompleta, imprecisa y, por lo tanto, errónea. En pos de evitar ofrecer un producto periodístico con tales características y darle credibilidad a su trabajo, el periodista consulta a personas, entidades y documentos, entre otros, para recaudar datos sobre el suceso que será objeto de su artículo. En definitiva, acude a diversas fuentes para nutrirse de sus aportes y volcarlos en su relato.

En su libro “Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros”, Concha Edo realiza el siguiente aporte:

Las fuentes informativas, tal como las entendemos en el periodismo, son [...] aquellas personas o entidades que proporcionan datos e información para la elaboración de las noticias. Constituyen el material indispensable del profesional de la información para poder ofrecer, desde la tribuna que le

proporciona su medio, cuestiones que tengan algún valor para los ciudadanos. (Edo, 2009)

Héctor Borrat, coautor de “Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción”, también aborda la definición de las fuentes informativas:

La calidad de los periódicos y los autores depende, en gran parte, de la calidad de las fuentes utilizadas en la producción de las versiones publicadas: las fuentes aportan datos y significados básicos, las primeras versiones del caso previas a las versiones publicadas.

El concepto de fuente apunta a origen, inicio, comienzo, surgimiento, fuerza generadora, causa primera. Es un concepto relacional: cualquier actor social -personal o colectivo- puede ser fuente cuando desempeña ese rol respecto de otro actor comunicándole datos, significados, versiones del caso noticiable. (Borrat, 2006)

El Manual de estilo del diario Clarín (1997) indica que la noticia se construye a partir de testimonios de terceros, protagonistas y/o testigos del acontecimiento, aun cuando el periodista estuviera en el lugar cuando el hecho se desarrolló.

Borrat (2006) identifica las siguientes clases de fuentes:

- Identificadas-veladas-anónimas-omitidas: el carácter de las tres primeras quedará determinado de acuerdo a cómo aparezcan en el texto y el de la última, por no figurar de ningún modo.
- Activas-reactivas: las primeras toman la iniciativa de proporcionar la información; las segundas, en cambio, responden a la iniciativa de otros actores.
- Primarias-secundarias: en el primer caso, las fuentes tienen un conocimiento directo del caso, sea como participantes u observadores; en el segundo, lo conocen de manera indirecta, a través de fuentes primarias.
- Profesionales-no profesionales: serán unas u otras dependiendo de si comparten los saberes de la profesión periodística.
- Compartidas-exclusivas: en esta clase se considera el hecho de que la fuente sirva en la cobertura informativa de un caso a un medio o a dos o más.
- Frecuentes-ocasionales: depende de su relación con el medio.

Clarín (1997), por su parte, realiza la siguiente clasificación:

- Testimonios personales de protagonistas, testigos, funcionarios, personajes públicos.
- Documentos oficiales o institucionales; transcripciones de conferencias de prensa; publicaciones en diarios y revistas.
- Corresponsales; enviados especiales; agencias internacionales; servicios exclusivos de medios extranjeros.
- Emisiones radiales o televisivas; fotografías, videotapes y grabaciones; material proveniente de Internet.

2.4 Tratamiento informativo

Aproximarse a la noción de tratamiento informativo implica indagar sobre el proceso de construcción de la noticia. Diversas teorías de la comunicación han emprendido la tarea de realizar una conceptualización del mismo e, incluso, se han abocado a ofrecer instrumentos para su análisis. De acuerdo con los objetivos de la presente investigación, se desarrollarán dos perspectivas: la del Newsmaking y la del Framing.

Antes de emprender una descripción de las dos teorías escogidas, resulta necesario realizar una breve descripción de los elementos que, según Leñero y Marín (1986), integran cualquier hecho noticioso: el hecho (qué ha sucedido), el sujeto (quién realizó la acción), el tiempo (cuándo sucedió), el lugar (dónde se llevó a cabo), la finalidad (para qué o por qué se efectuó) y la forma (cómo se realizó).

Las seis preguntas responden a las interrogantes que suele hacerse cualquier persona interesada en la información. La respuesta determina la amplitud de la noticia. No siempre es necesario responder a las seis; ello dependerá de las características de cada hecho noticioso, pero con frecuencia se responde por lo menos a cuatro. Con este mínimo de respuestas el receptor identifica rápidamente la noticia. (Leñero & Marín, 1986)

2.4.1 Newsmaking

Como puntapié inicial, se destacan las consideraciones de César Arrueta respecto de la teoría del Newsmaking o construcción de la noticia:

[...] construir la noticia infiere la existencia de procesos dinámicos, entre los que se incluyen las rutinas informativas, que implican espacios de negociación y conflicto en torno a valoraciones periodísticas. Para nuestro caso, las rutinas exceden su carácter normativo para transformarse en campos de realización no rígidos, que se modifican según acontecimientos imprevistos, relación con fuentes de información o demandas de públicos-objetivos. No se trata [...] de una definición próxima a la *anarquía* informativa, sino de entender la complejidad de este proceso y señalar que la noticia no es sólo el resultado de un mecanismo de selección, sino también la construcción organizacional producto de una multiplicidad de factores que intervienen en el proceso de negociación. De allí su carácter no necesariamente preestablecido.³¹ (Arrueta, 2010)

Mauro Wolf opina que “las exigencias organizativo-estructurales y las características técnico-expresivas propias de todo medio de comunicación de masas son elementos cruciales para determinar la representación de la realidad social ofrecida por los media”.³² El autor explica en “La investigación de la comunicación de masas”, de 1987, que la perspectiva del Newsmaking se articula principalmente entre dos polos: la cultura profesional de los periodistas y la organización del trabajo y los procesos productivos.

Para definir qué se entiende por cultura profesional de los periodistas, cita a Andrea Garbarino (1982), quien sostiene que ella comprende los estereotipos, los símbolos, las tipificaciones latentes, las representaciones de roles y las convenciones, entre otros, relativos a las funciones de los media y los periodistas en la sociedad, la concepción de los productos-noticia y las modalidades que dominan su confección, que luego se traducen en paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales.

Garbarino (1982, citado por Wolf, 1987) considera que existen restricciones relacionadas con la organización del trabajo sobre las que se construyen convenciones profesionales que determinan la definición de noticia, legitiman el proceso productivo y contribuyen a prevenir las críticas del público. Se determina así, según Wolf, un conjunto de criterios de importancia que definen la noticiabilidad de cada acontecimiento.

³¹ La *itálica* pertenece al autor.

³² Wolf, 1987, pág. 114.

La noticiabilidad está constituida por el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos [...] para adquirir la existencia pública de noticias. Todo lo que no responde a dichos requisitos es «descremado», en cuanto no adecuado a las rutinas productivas y a los cánones de la cultura profesional: al no adquirir el estatuto público de noticia, se presenta simplemente como un acontecimiento que se pierde entre la «materia prima» que el aparato informativo no consigue transformar y que por tanto no irá a formar parte de los conocimientos sobre el mundo adquiridos por el público a través de la comunicación de masas. Puede decirse también que la noticiabilidad corresponde al conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias. (Wolf, 1987)

Los valores/noticia son los componentes de la noticiabilidad presentes en la selección de los hechos, aunque también funcionan como líneas-guía para la presentación del material sugiriendo qué enfatizar, qué omitir y dónde dar prioridad en la preparación de las noticias (Golding & Elliott, 1979, citados por Wolf, 1987). Estos se derivan, como indica Mauro Wolf (1987), de consideraciones relativas a las características sustantivas de las noticias, su contenido; la disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo; el público y la competencia.

Criterios sustantivos: se articulan, según Mauro Wolf (1987), en torno a la importancia y el interés por la noticia, factores que son determinados por:

- El grado y el nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable.
- El impacto sobre la nación y el interés nacional.
- La cantidad de personas implicadas de hecho o potencialmente.
- La importancia y significatividad del acontecimiento respecto de la evolución futura de una determinada situación.

Criterios relativos al producto: corresponden a la disponibilidad de material, es decir, en qué medida este es accesible y periodísticamente tratable (Golding & Elliot, 1979, citados por Wolf, 1987), y las características específicas del producto informativo.

Criterios relativos al medio: según Mauro Wolf (1987), se relacionan con casi todos los criterios relativos al público, tanto respecto de la finalidad de entretenerlo y ofrecerle un producto interesante como de la de no caer en el sensacionalismo ni infringir los límites del buen gusto. Interfieren aquí la disponibilidad de material (imágenes, enviados especiales, corresponsales, entrevistas, etcétera), la frecuencia del acontecimiento y el formato (límites espacio-temporales del producto informativo).

Criterios relativos al público: se trata del papel que desempeña la imagen que los periodistas poseen del público y la referencia constante a las necesidades y exigencias de los destinatarios. Incluso, las propias rutinas productivas giran en torno de las convicciones implícitas sobre la audiencia (Wolf, 1987).

Gans (1979, citado por Wolf, 1987) distingue tres categorías de noticias relacionadas con este criterio: aquellas que permiten una identificación por parte del espectador, las de servicio y las noticias ligeras, que no abruman al público con demasiados detalles ni historias deprimentes o poco interesantes.

Criterios relativos a la competencia: determinados por la competición de los medios por tener exclusivas (Gans, 1979, citado por Wolf, 1987), la generación de expectativas recíprocas al seleccionar una noticia esperando que los demás también lo hagan y la contribución a establecer parámetros profesionales o modelos de referencia (Wolf, 1987).

Por su parte, Martínez Albertos (1974), citando a Carl Warren, distingue diez elementos para la valoración de los contenidos de la noticia:

Actualidad: proximidad en el tiempo entre cuando el hecho noticiable se produjo y su difusión.

Proximidad: cercanía en el espacio entre el lugar donde ocurrió el hecho y el sitio donde se lo difunde.

Consecuencias: repercusiones futuras del hecho (Martínez Albertos, 1974).

Relevancia personal: capacidad que poseen algunas personas de producir noticias con sus actuaciones públicas (Martínez Albertos, 1974). Leñero y Marín (1986) consideran que también tienen prominencia ciertos lugares, animales o cosas.

Suspense: interés del público por conocer el desenlace de un acontecimiento que se desarrolla en el transcurso de varios días (Leñero & Marín, 1986).

Rareza: propia de un hecho poco frecuente.

Conflicto: lo que se refiere a contiendas, luchas entre contrarios o pugnas de hechos o conceptos entre distintas fuerzas (Leñero & Marín, 1986).

Sexo: factor decisivo dentro de las noticias de la prensa sensacionalista (Martínez Albertos, 1974).

Emoción: dramas humanos (Martínez Albertos, 1974) y sentimientos que el hecho provoca en el perceptor.

Progreso: está dado por la fe en la civilización (Martínez Albertos, 1974).

2.4.2 Framing

El frame o marco es el encuadre que los comunicadores adoptan al crear sus noticias, define Teresa Sádaba (2004). Por su parte, Maher (2001, citado por Aruguete y Zunino, 2010), considera que este remite a la presentación de la información, mediante la selección, el énfasis y la exclusión de ciertos aspectos o elementos interrelacionados o que organizan el discurso.

En “Framing. La perspectiva de las noticias”, Natalia Aruguete plantea:

[...] es posible estudiar el framing como un amplio proceso, esto es, su funcionamiento en la instancia de la elaboración y tratamiento de la noticia, en las huellas que deja en los mensajes noticiosos (*frame building*) y en el tipo de efectos que genera en la recepción por parte de la audiencia (*frame setting*), en la medida en que todos se encuentran en el mismo contexto cultural.³³ (Aruguete, 2011)

La teoría del Framing, entonces, anula el paradigma objetivista imperante, ya que el periodista cuenta los hechos desde un enfoque particular, determinado por las influencias personales y profesionales (Sádaba, 2004). Cabe destacar que Natalia Aruguete y Esteban Zunino (2010) agregan que también inciden los objetivos, intereses y criterios institucionales como factores determinantes de los criterios de noticiabilidad utilizados al convertir un acontecimiento novedoso en noticia.

³³ Las itálicas pertenecen a la autora.

2.5 Ética periodística

2.5.1 Ética y moral

José Ferrater Mora (2006) revela que los términos “moral” y “ética” a veces son empleados indistintamente, aunque el primero, a su juicio, usualmente tiene una significación más amplia.

Por moral se entiende el discurso normativo e imperativo que tiene como telón de fondo la oposición entre el bien y el mal. Es lo que cada cual se impone o se prohíbe a sí mismo sin concesiones. Está formado por obligaciones y prohibiciones; equivale al conjunto de nuestros deberes. La moral responde a la pregunta ¿qué debo hacer? o bien, ¿qué debemos hacer?

Por ética se entiende un discurso normativo, pero no imperativo, que resulta igualmente de la oposición entre el bien y el mal, considerados en este caso como valores relativos y ciertamente sujetos a debate. La ética [...] se ocupa de lo que los seres humanos hacen responsablemente con su libertad.

En síntesis, una ética responde a la pregunta ¿cómo vivir? Cuando se refiere a una ética colectiva [...] la pregunta sería: ¿cómo debemos vivir? [...]

De este modo, la moral nos obliga y la ética nos aconseja: lo absoluto del lado de la moral, lo relativo del lado de la ética. (López Pérez, en Santibáñez, 2013).

2.5.2 La ética en el periodismo

La verdad es un valor básico del derecho a informar y ser informados. Sin embargo, el periodismo tiende a convertirse en un asunto exclusivamente empresarial y mercantil donde priman el lucro y el influjo social como forma de poder (Blázquez, 2000). En este contexto, “la ética comunicativa se expresa en diversos valores como la Libertad de Expresión, Tolerancia, Respeto activo al público, Solidaridad, Pluralidad”³⁴ y “sirve para aclarar a los que prefieren «fracasar» socialmente diciendo verdades antes que «triunfar» difundiendo mentiras o falsedades”.³⁵

³⁴ Palomino Villanueva, 2008, pág. 23.

³⁵ Blázquez, 2000, pág. 10.

El Foro de Periodismo Argentino [FOPEA] (2006) señala como objetivos irrenunciables para el periodista el rigor y la precisión en el manejo de los datos con el fin de alcanzar una información completa, exacta y diversa, y establece que jamás estará permitida la distorsión deliberada.

2.6 Periodismo social

Alicia Cytrynblum, referente del periodismo social en Argentina, lo define como:

[...] un periodismo que asume su papel como protagonista de los procesos sociales y reflexiona sobre su responsabilidad en los mismos. Su objetivo principal es que la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos actores de la sociedad. La estrategia para conseguirlo es jerarquizar el eje social en los medios de comunicación y explorar su articulación en la agenda diaria con los temas económicos y políticos. (Cytrynblum, 2006)

2.6.1 Temas sociales

Lo social, para Javier Erro y Teresa Burgui (2006), hace referencia a dos mundos distintos y en permanente disputa, el público y el privado, y adquiere su sentido moderno cuando se encuentra acompañado por el término “política”.

[...] los «temas sociales» atañen a las aspiraciones fundamentales de la mayoría de las personas y tienen una naturaleza «política»: hablan del «ser» y del «deber ser» de la sociedad y ponen sobre la mesa pública el rumbo del proceso social y la validez de las propuestas políticas (Jerez, 2001: 8). Adquieren así el carácter de «problemáticos», en la medida que sirven para destapar y comunicar miradas, instituciones y proyectos distintos. [...]

Es en los temas sociales y en los conflictos que generan donde se juegan los sentidos de la participación en la vida pública. De su visibilidad en los medios y presencia en la esfera pública depende el futuro mismo de la sociedad, por lo menos en su formato democrático. (Erro & Burgui, 2006)

Cabe destacar que dentro del abanico de temas sociales que Cytrynblum distingue en diferentes partes de su libro “Periodismo social: una nueva disciplina”, se encuentran aquellos relacionados con la salud, temas que justamente serán abordados en la presente investigación dada la relevancia que han adquirido. “En su auge ha sido imprescindible el interés tanto social como mediático hacia este tema, así como la preocupación de los servicios de salud por

potenciar su imagen situando a la información como pieza clave de la gestión sanitaria”³⁶, señala Antonia González Borjas.

La salud y la medicina constituyen uno de los temas emergentes que más interés despiertan en la sociedad de esta primera década del siglo XXI, cada vez más concienciada de la importancia de adquirir hábitos saludables que contribuyan a mejorar su calidad de vida. Los medios de comunicación de masas han respondido a este interés social aumentando considerablemente la cantidad de informaciones relacionadas con la salud [...]. (Camacho, 2010)

González Borjas (2004) considera que la forma de presentar información sobre salud se puede dividir en tres grandes áreas: política sanitaria, divulgación científico-médica y sucesos de índole sanitaria.

Por su parte, Silvio Waisbord y Gloria Coe (2002) establecen que, en torno a la temática sanitaria, pueden encontrarse noticias sobre estilos de vida, entornos saludables, avances médicos y el estado del sistema de salud.

Carmen Costa Sánchez (2008) incluye en esta categoría los siguientes tópicos: alerta sanitaria, conflictos laborales, actividades de formación (cursos, congresos, reuniones científicas, etcétera), enfermedades y tratamientos, equipamiento e infraestructuras hospitalarias, educación para la salud, promoción de hábitos saludables y política sanitaria, entre otras.

Por último, se destacarán algunos de los temas relacionados con la salud que Verónica Márquez Hernández (2010) detecta en un estudio en el cual analiza el diario El País: formación sanitaria, construcción de un nuevo hospital, hábitos saludables, trasplantes, dependencia, tabaco, anuncios de clínicas, nuevas tecnologías en sanidad, enfermedades infantiles, reproducción asistida, recetas médicas, muerte digna, aborto, agresiones al personal sanitario y alimentación y salud.

³⁶ González Borjas, 2004, pág. 303.

CAPÍTULO III: INTERNET, PERIODISMO DIGITAL Y MANIFESTACIONES AGRESIVAS

El último capítulo del marco teórico se aboca a desarrollar aquellas temáticas que guardan una íntima relación con la problemática a investigar. En primera instancia, se emprende un breve recorrido por la historia de Internet para luego analizar sus características. Dicho desarrollo permite indagar sobre el periodismo digital, sus recursos y lenguajes. Dentro de ese apartado, se realiza una exhaustiva descripción de los espacios para comentarios.

Por último, se abordan las nociones y particularidades de las manifestaciones agresivas detallando no sólo qué se entiende por ellas, sino también las particularidades que hacen a la expresión de la opinión.

3.1 Internet

Internet constituye “un medio de comunicación que permite, por primera vez, la interconexión de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global”.³⁷ Es posible comprender este fenómeno si se conoce el concepto de ubicuidad, característica de la cibercultura basada en “la capacidad de estar presente en todas partes al mismo tiempo. Actualmente, el término alude a la posibilidad de estar conectados en todo tiempo y lugar que habitan los dispositivos móviles”.³⁸ Valeria Kelly, Verónica Pena y Marina Ríos (2015) sostienen que ella provoca la fragmentación de la unidad del ser y brinda la posibilidad de armar identidades a medida de cada espacio y momento, y dar cuenta de esos quiebres conscientemente.

Su influencia trasciende el número de usuarios que accede a la red, ya que lo importante es la calidad del uso que se hace de ella. En la actualidad, las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales se hallan estructuradas por medio de Internet y, por tal motivo, permanecer ajeno a ella se asimila a una de las formas de exclusión más graves (Guazmayán Ruiz, 2004).

3.1.1 Historia de Internet

Su origen se remonta a los escritos de Joseph Carl Robnett Licklider, del Massachusetts Institute of Technology (MIT), quien en 1962 describió las

³⁷ Guazmayán Ruiz, 2004, págs. 20.

³⁸ Kelly, Pena, & Ríos, 2015, pág. 101.

interacciones sociales que podrían ser propiciadas a través del *networking* (trabajo en red) y desarrolló su concepto de *Galactic Network* (Red Galáctica): una red interconectada globalmente a través de la cual cada uno podría acceder desde cualquier lugar a datos y programas (Leiner y otros, 1997).

Por ese entonces, el científico era el principal responsable del programa de investigación en ordenadores de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada para la Defensa (DARPA, por sus siglas en inglés), organismo creado por el Departamento de Defensa estadounidense cuya misión, en el marco de la Guerra Fría, era realizar investigaciones en el campo militar (Fernández Calvo, 2001). Dicha entidad cambió posteriormente su nombre a Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA, por sus siglas en inglés).

En el seno de ARPA, surgió la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET, por sus siglas en inglés), abocada a estimular la investigación en el campo de la informática interactiva. Se buscaba compartir el tiempo de computación online de los ordenadores entre varios centros de informática y grupos de investigación de la agencia. (Guazmayán Ruiz, 2004).

El siguiente paso, según Carlos Guazmayán Ruiz (2004), consistió en posibilitar la conexión de ARPANET con otras redes de computadoras, lo que introdujo un nuevo concepto: la red de redes. Para conseguir que se pudieran comunicar entre ellas, se crearon protocolos de comunicación estandarizados. Así surgió el TCP/IP, con el que sigue operando actualmente Internet.

En 1975 ARPANET fue transferida a la Agencia de Comunicación de la Defensa y en 1983 se convirtió en ARPA-INTERNET (Guazmayán Ruiz, 2004).

En 1990, ARPANET, tecnológicamente obsoleto, fue desmontado. Posteriormente, habiendo liberado a Internet de su entorno militar, el Pentágono encargó su gestión a la Fundación Nacional para la Ciencia. Pero el control de la red por parte de la NSF duró poco. Con la tecnología para la creación de redes informáticas abierta al dominio público y con las telecomunicaciones en pleno proceso de desregularización, la NSF procedió inmediatamente a la privatización de Internet. (Guazmayán Ruiz, 2004)

La *world wide web* (www), aplicación creada en 1990 por Tim Berners-Lee, hizo posible que Internet abarcara a todo planeta, indica Guazmayán Ruiz (2004).

3.1.2 Acceso a Internet

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INDEC] (2015) entiende por acceso a la conectividad a la Red a través de un Proveedor de servicios de Internet (Internet Service Provider-ISP). El organismo diferencia entre acceso residencial y de organizaciones, que se dividen a su vez en acceso fijo y móvil.

Acceso residencial: corresponden al uso hogareño o particular.

Acceso de organizaciones: empresas (públicas y/o privadas), organismos gubernamentales, profesionales en el ejercicio de su actividad, Organizaciones No Gubernamentales (ONG) e instituciones educativas, entre otros.

Acceso fijo: constituido por las conexiones tradicionales a Internet, por ejemplo, a través de redes telefónicas, operadores de cable, redes de fibra óptica e inalámbricas fijas.

Acceso móvil: se produce mediante celulares, equipos o dispositivos portátiles, por lo que la conexión no se produce en un lugar físico permanente.

En marzo de 2002, el INDEC comenzó a realizar un relevamiento de los accesos a internet mediante la Encuesta de Proveedores del Servicio de Acceso a Internet (ISP), cuyo primer informe se publicó en noviembre de 2004. A partir de allí, los datos son publicados trimestralmente por el organismo.

Según el informe trimestral publicado en septiembre del corriente año, cuyos datos son provisorios, en junio se registraron 15.144.894 accesos residenciales y 2.931.642 accesos de organizaciones a nivel nacional. Cabe destacar que la unidad de medida utilizada para su seguimiento es la cuenta, que identifica la relación que se establece entre un ISP y un usuario o grupo de usuarios (familia, empresa, repartición oficial, etcétera) para permitir el acceso a la red. A continuación se detallarán las cifras mencionadas anteriormente:

- Accesos residenciales: la variación porcentual respecto del mismo mes de 2014 es de 13,2%. De los 15.144.894, hubo 6.079.764 accesos fijos y 9.065.130 accesos móviles (pospagos).
- Accesos de organizaciones: la variación porcentual respecto del mismo mes de 2014 es de 20,1%. De los 2.931.642, hubo 519.272 accesos fijos y 2.412.370 accesos móviles (pospagos).

El sitio Internet World Stats indica que Argentina poseía 32.268.280 de usuarios en 2013, es decir, que 74,3% de la población se encuentra conectada a la red. De acuerdo con los datos extraídos por el INDEC sobre el último cuatrimestre de 2014, el total de accesos residenciales del país fue de 14.134.824, de los cuales 521.608 pertenecieron a Mendoza. Por su parte, de los 2.355.823 accesos de organizaciones, 89.864 fueron de la provincia. Cabe destacar que al momento de entregarse esta tesina los datos relativos a 2015 aún no habían sido dados a conocer.

3.2 Nativos e inmigrantes digitales

Entre fines del siglo XX y principios del XXI, según Juliana Castellanos Díaz (2011), se produjo una modificación estructural de la sociedad, manifiesta a través de la transformación del modo de transmitir e intercambiar datos, y de interactuar entre sujetos. En este contexto, la llegada y la rápida propagación de la tecnología digital dieron paso a una singularidad, un acontecimiento que produjo cambios tan fundamentales que no hay vuelta atrás (Presnky, 2001). Actualmente, todos se encuentran involucrados cotidianamente, ya que la red abarca las esferas pública, privada e íntima de las personas a tal punto que no se trata simplemente de navegarla, sino también de apropiarla (Castellanos Díaz, 2011).

Dicho fenómeno se hizo evidente con el surgimiento de una división en el seno de la sociedad, donde pueden distinguirse dos facciones: los nativos digitales y los inmigrantes digitales (Prensky, 2001).

Nativos digitales: representan las primeras generaciones que han crecido con las nuevas tecnologías, es decir, aquellas que han pasado toda su vida rodeadas de todos los dispositivos y las herramientas de la era digital. Como resultado de la omnipresencia del entorno y el enorme volumen de su interacción con él, piensan y procesan la información de modo diferente a sus predecesores.

Inmigrantes digitales: constituyen aquellos que no nacieron en el mundo digital, pero que en algún momento de sus vidas adoptaron muchos o varios aspectos de la tecnología. Su proceso de socialización difiere del de sus hijos y se encuentran inmersos en el aprendizaje de un nuevo idioma. Aun cuando aprenden a adaptarse a su entorno, siempre conservan, hasta cierto punto, su

“acento”, un vínculo con el pasado, por ejemplo, al recurrir a Internet en segundo lugar, no en primer, para buscar información o al imprimir un correo electrónico.

Dadas las condiciones que impone la tecnología, Castellanos Díaz (2011) extiende la categorización propuesta por Prensky para hablar de medios de comunicación nativos digitales y medios de comunicación inmigrantes digitales.

Medios de comunicación nativos digitales: la autora incluye aquí a aquellos que se crean para vivir en el ámbito digital y no han habitado ni lo harán en el universo analógico. Aquí se encuentran los contenidos de televisión, las emisoras, las revistas y periódicos nuevos que surgen en la red.

Medios de comunicación inmigrantes digitales: aquí se encuentran los medios tradicionales, que buscan ubicarse en la red y, de este modo, asumen posiciones de vanguardia. En este sentido, se destacan aquellos diarios que trasladaron su cuerpo impreso a una versión digital.

Como puede apreciarse, las nuevas tecnologías reconfiguraron la sociedad al afectar su constitución y el modo en que sus diferentes elementos construyen vínculos. Nativos e inmigrantes convergen cotidianamente y transforman con sus prácticas un mundo dinámico e inacabado.

3.3 Prensa impresa: antecedente del periodismo digital

Castellanos Díaz (2011) señala que la prensa fue el primer medio en migrar a la red. Tal consideración obliga a realizar una breve descripción de la misma por constituir un significativo antecedente del periodismo electrónico.

Basándose en los aportes de Jürgen Habermas, Luis Albornoz (2005) señala que la prensa impresa, periódica y vendida anónimamente cuenta con tres momentos en su desarrollo histórico:

- 1º. La prensa para burgueses-lectores (mediados del siglo XVII a fines del XVIII): el autor destaca aquí la labor de empresas familiares, en las que resaltaba la figura del editor-propietario. Sus antecedentes inmediatos fueron la información epistolar y los periódicos manuscritos, que ya se habían transformado en mercancía en el transcurso de la fase mercantil del capitalismo.

- 2º. La prensa de opinión (finales del siglo XVIII a principios del XIX): este período, indica Albornoz, fue denominado periodismo de escritores, ya que en él primaron las motivaciones políticas a la hora de constituir y mantener una empresa periodística. Aquí la prensa de noticias se decanta por la opinión.
- 3º. La prensa-negocio (a partir de mediados del siglo XIX): la conversión de la prensa de opinión en prensa de negocio se produjo en la década de 1830 en Francia, Inglaterra y Estados Unidos con la inclusión de avisos publicitarios en los periódicos.

Uno de los elementos que a simple vista permite diferenciar la prensa gráfica de la radial y la televisiva es su soporte y, por consiguiente, los códigos empleados para construir el mensaje periodístico. En este sentido, se recatará la distinción que al respecto realiza José Luis Martínez Albertos:

Tradicionalmente se señala la existencia de un enfrentamiento entre los códigos de los **medios impresos** frente a los códigos de los medios electrónicos (Radio y TV). De acuerdo con Eliseo Verón, el código que utilizan los medios impresos –diarios y revistas– para canalizar sus mensajes responde a una u otra de estas tres series: **serie visual lingüística**, **serie visual para-lingüística** y **serie visual no-lingüística**. *Grosso modo*, estas tres series se utilizan para producir, respectivamente, 1) textos elaborados de acuerdo con un discurso lógico, 2) titulares y pies de fotografía y 3) elementos gráficos del periódico (fotografías, cuadros estadísticos, gráficos, mapas, dibujos, etc., además de los recursos tipográficos que aparecen en las páginas, incluyendo también los elementos cromáticos. En el caso de la **radio**, los códigos utilizados son los siguientes: palabra, música y sonidos de diferente clasificación (ruidos y efectos sonoros, por ejemplo). Por su parte, la **TV**, de acuerdo con la descripción que postula Umberto Eco, utiliza tres tipos de códigos: 1) un código lingüístico, 2) un código icónico y 3) un código sonoro.³⁹ (Martínez Albertos, 2001)

3.4 De lo impreso a lo digital

Promediando la década de 1970, indica Albornoz (2005), las empresas periodísticas estadounidenses afrontaron la informatización de los procesos productivos de sus contenidos. Luego, a mediados de los ochenta, fue el turno de

³⁹ El subrayado, la itálica y las negritas pertenecen al autor.

las editoriales europeas y latinoamericanas. Dicho fenómeno permitió que los trabajadores de prensa pudieran acceder a bancos de datos de diversas clases y que, como consecuencia de ello, se flexibilizara el tratamiento de los materiales periodísticos.

Sin embargo, mientras el proceso de informatización iba abarcando la totalidad de las empresas periodísticas –transformando las rutinas laborales, reduciendo los costes y los tiempos de la producción informativa, etc.-, los diarios continuaban siendo impresos en su tradicional soporte material: papel.

Finalmente, una nueva vuelta de tuerca en esta evolución tecnológica permanente, cuyo objetivo es mejorar la productividad de las empresas periodísticas, se dio en el segundo lustro de la década de 1990 a partir del desarrollo de productos periodísticos en nuevos soportes materiales de difusión (CD-Rom) y en sitios alojados en Internet. Así, después de más de tres décadas de cambios tecnológicos, los diarios encontraron una nueva forma de llegar a sus lectores a través de un producto informativo inmaterial, alojado en un *server*, al que se accede al conectarse a Internet.⁴⁰ (Albornoz, 2005)

Estados Unidos fue la cuna del primer periódico online, The Chicago Tribune, nacido en 1992. No es de extrañar que allí se diera el puntapié inicial, ya que ese país contaba con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada (Albornoz, 2005). En Argentina, el pionero fue Los Andes, que surgió en septiembre de 1995.

En los comienzos, la transición consistió en el traslado de la información del diario impreso al canal electrónico, primer esbozo de las discusiones respecto de los cambios que debían producirse tanto en la forma como en el contenido de los medios digitales (Castellanos Díaz, 2011).

3.4.1 El periodismo digital en Mendoza

Mendoza fue pionera en el prensa online en Argentina, ya que en septiembre de 1995 el diario Los Andes trasladó los contenidos de su versión impresa a Internet. En diciembre de ese mismo año, lo haría La Nación.

⁴⁰ La itálica pertenece al autor.

De acuerdo a la disponibilidad de espacios para comentarios y en base al flujo de comentarios de aquellos medios locales que sí les ofrecen tal espacio de interacción a sus lectores, fueron escogidos para realizar la presente investigación Diario UNO online y Mdz online, cuyas historias serán desarrolladas a continuación.

Diario UNO online

El primer ejemplar de la versión impresa salió a las calles mendocinas el domingo 27 de junio de 1993. La redacción se encontraba en el mismo edificio que las rotativas, en calle Pedro Molina 345, de Ciudad.

El periódico consolidó la condición de multimedio de la empresa encabezada por las familias Vila y Manzano, el Grupo UNO, que ya contaba por ese entonces con televisión por cable (Supercanal), la revista Primera Fila y diferentes estaciones radiales, por ejemplo, Nihuil, Montecristo y Ayer, entre otras (Oviedo, 2010).

El 28 de diciembre de 2007 la empresa incursionó en el periodismo digital y creó el sitio www.diariouno.com.ar. Actualmente, ajustándose al boom de las redes sociales, difunde los contenidos de su página web a través de sus cuentas de Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y Google +. Cabe destacar que la versión online cuenta con su propio staff y que, si bien ofrece los artículos de la impresa, produce sus propias notas.

En 2009 UNO Medios inauguró su redacción multimedia en la sede de Manuel A. Sáez 2421, Las Heras, donde ya funcionaban las emisoras y el canal pertenecientes al grupo. Las autoridades emprendieron la mudanza considerando que sería una medida estratégica, ya que permitiría que los distintos medios se retroalimentaran.

Actualmente, el staff de UNO online está encabezado por el editor general Juan Quibar. El jefe de Redacción es Adrián Sgroi y los editores, Gonzalo Ponce y Federico Kruger. La redacción está compuesta por Daniel Calivares, Soledad Segade y Andrea Pellicer, mientras que Analía Doña (editora), Miguel Guayama y Laura López se encargan de la cobertura de Deportes. Las redes sociales son administradas por Ariadna Mannuccia y Fabricio Panella, y los contenidos multimedia, por Fabiola Prulletti, Jaime Suárez y Diana Nabia.

Mdz online

A diferencia de UNO, un medio de comunicación inmigrante, Mdz es el primer periódico nativo digital de la provincia. Tras una novedosa y desconcertante campaña publicitaria en la vía pública, el 9 de agosto de 2007 vio la luz su primera edición.

El diario pertenece a Territorio Digital SA, de los hermanos Eduardo y Orlando Terranova. La empresa, según indica su página web, surgió como una prolongación de Publicidad Sarmiento, "líder en comunicación publicitaria en vía pública desde 1950 con presencia en Argentina, Colombia, República Dominicana y Miami"⁴¹.

El 9 de agosto de 2011, para el cuarto aniversario del periódico, nació Mdz radio, emisora que puede escucharse tanto online como en la FM 105.5. Recientemente, el medio realizó otra renovación, Mdz TV, que también fue dada a conocer en su aniversario, en este caso, el octavo. La propuesta consiste en la realización de entrevistas, registradas en formato audiovisual por Frontera Films, por parte de periodistas de la empresa a figuras reconocidas. Bajo la producción de Franco Pereira, la modalidad de diálogo entre entrevistador y entrevistado responde a la dinámica conocida como ping pong de preguntas y respuestas.

Desde 2010 el puesto de director editorial responsable es ocupado por Gabriel Conte. En la sección Política, se desempeñan los periodistas Marcelo Arce, Bárbara del Pópolo, Jimena Catalá, Clarisa Ercolano, Juan Carlos Albornoz y Santiago Montiveros. En Espectáculos, Walter Gazzo y Federico Croce. Déborah Puebla, Ariel Fernández, Lucas Burgoa, Lautaro Blanes, Juan Pablo Borsani, Laura Zeizer y Santiago Serrano son los periodistas de la sección Deportes. Los columnistas de Mdz son Ulises Naranjo, Marcelo Padilla, Mauricio Llaver y Laureano Manson. En Cultura y Ciencia, se encuentra Alejandro Frías; en Sociedad, Cristian Avanzini y Nicolás Munilla, y en Policiales, Melisa Stopansky. También trabajan en la redacción Roxana Badaloni, Melisa Villarroel, Franco Pereira, Gonzalo Arroyo y Mariano Bustos. Por otra parte, Mdz Femme está integrada por Muriel del Barco, Ludmila Llaver, María Malgor y Paola Arcaná.

⁴¹ Territorio Digital SA, 2015. En <http://www.territorio-digital.com/about/>, consultado el 13 de octubre de 2015.

Rodolfo Pardo es el coordinador del área Redes sociales, donde también se desempeñan Gonzalo Nizza y Karin Frasca. En Fotografía, se encuentran “Pachy” Reinoso, Alfredo Ponce y Fernando Martínez. Por último, las infografías están a cargo de Mario Simonovich.

3.5 Características del periodismo digital

José Álvarez Marcos (2003, citado por Castellanos Díaz, 2011) plantea que el nuevo discurso cibernético, propio del periodismo digital, posee cinco características que condicionan la estructura de la redacción y la presentación de la información: la multimedialidad, la hipertextualidad, la interactividad, la universalidad y la instantaneidad. Alejandro Rost (2006) agrega como rasgos distintivos la documentación ilimitada, la actualidad múltiple y la personalización.

3.5.1 Multimedialidad

Kelly, Pena y Ríos (2015) emplean el término multimodalidad para hacer referencia a esta cualidad de los documentos digitales, basada en la combinación de varios lenguajes o modos: texto, sonido, video e imágenes. Castellanos Díaz (2011) incluye también aquellos elementos inherentes a las estructuras digitales, como botones y cajas de búsqueda. “Si bien no siempre están presentes todos estos componentes en los diversos textos, siempre existe potencialmente la posibilidad de su incorporación y articulación”⁴², señala Zalba. Además, cabe destacar que esta mixtura produce nuevos efectos de sentido que no se producen en cada uno de los elementos por separado (Kelly, Pena & Ríos, 2015).

3.5.2 Hipertextualidad

Se trata de una escritura no lineal, estructurada en red. El texto (que puede incluir diferentes morfologías de la información: imágenes, videos, sonidos, palabras) está marcado de modo tal de permitir el enlace entre sus partes (o “nudos”). Esta estructura habilita así una forma particular de lectura que llamamos “navegación” (que prevé instrumentos específicos como el ratón o el teclado de un dispositivo informático), que combina la linealidad tradicional con el salto, la fragmentación y la movilidad vertical. (Kelly, Pena, & Ríos, 2015)

⁴² Zalba, 2012, pág. 12.

En otras palabras, permite navegar en el interior del hipertexto⁴³ a través de enlaces que posibilitan ampliar la información. De este modo, se rompe la linealidad de la comunicación analógica (Castellanos Díaz, 2011).

3.5.3 Interactividad

Implica un receptor más activo que el de los medios convencionales, ya que puede intervenir, en algunos espacios, directamente en la información con comentarios, videos y audios (Castellanos Díaz, 2011).

Analizando el concepto, se desprenden las siguientes consideraciones:

[...] definimos la interactividad como la capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darles un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndoles tanto posibilidades de selección de contenidos (lo que llamamos *Interactividad Selectiva*) como posibilidades de expresión y comunicación (que denominamos *Interactividad Comunicativa*).

La Interactividad Selectiva implica que el lector «interactúa» con la información ya dispuesta por el medio, pudiendo elegir a qué contenidos exponerse y cuándo. El lector es aquí, ante todo, un receptor (activo) que controla el ritmo y la secuencia de la comunicación.

La Interactividad Comunicativa alude a las distintas posibilidades de expresión y comunicación que tienen los lectores con los periodistas del medio, con otros lectores y con personajes de la actualidad (a través de foros, chats, correo electrónico con los editores, etc.). El lector es aquí productor de contenidos.⁴⁴ (Rost, 2006)

Según Rost (2006), existe una tercera perspectiva, basada en la combinación de las otras dos. Se trata entonces de la interactividad selectiva y comunicativa, que comprende la interacción tanto con los contenidos como entre individuos.

3.5.4 Universalidad

Gracias a Internet, sostiene Castellanos Díaz, los periódicos dejaron de tener un alcance limitado, ya que pasan de un público nacional a uno internacional,

⁴³ Codina (2003) considera que hipertexto e hiperdocumento son dos modos alternativos de denominar un mismo objeto: un documento digital navegable, organizado de modo tal que permiten realizar recorridos no necesariamente secuenciales.

⁴⁴ Las itálicas pertenecen al autor.

aunque las secciones, contenidos y lenguajes siguen siendo locales. “Al fragmentarse el concepto de distancia y tiempo, la información de cualquier periódico digital del mundo se obtiene en segundos, lo que genera en muchas personas un interés por hechos distantes a su contexto inmediato”.⁴⁵

3.5.5 Instantaneidad

Mientras que los medios tradicionales hablan de actualidad, los medios digitales le dan paso a la instantaneidad, ya que la información sólo tarda en llegar fracciones de segundo (Castellanos Díaz, 2011). La premisa del periódico online, según Kelly, Pena y Ríos (2015), es publicar primero, casi al mismo momento en que tuvo lugar el hecho.

Las condiciones técnicas y temporales del diario impreso producen que este demore horas en publicar una edición, mientras que en el digital no sólo es posible ofrecer contenidos al instante, sino también actualizarlos a medida que se generan nuevos datos (Castellanos Díaz, 2011).

3.5.6 Documentación ilimitada

La capacidad de documentación de los periódicos digitales, según Rost (2006), resulta beneficiada por la ausencia de límites espacio-temporales tanto para acumular como para disponer la información. Esta propiedad posee dos vertientes: el almacenamiento de textos en bruto, es decir, sin procesar periodísticamente –por ejemplo, sentencias judiciales, leyes, resoluciones gubernamentales, etcétera-, y el acceso al archivo y las bases de datos del medio a través de enlaces hipertextuales, hemerotecas online y buscadores.

3.5.7 Actualidad múltiple

Si bien la renovación permanente de contenidos es un elemento de peso en la prensa digital, Rost (2006) considera pertinente, en cambio, hablar de actualidad múltiple, ya que ella permite describir acabadamente el abanico de ritmos de difusión que presenta un medio. Según el autor, el concepto propuesto:

[...] implica que el medio ofrece al mismo tiempo **un menú de contenidos con diversas temporalidades internas**. El lector accede a ese menú y de allí puede seleccionar:

⁴⁵ Castellanos Díaz, 2011. En <http://www.razonypalabra.org.mx>, consultado el 9 de octubre de 2015.

- hechos que están siendo difundidos en tiempo real (*actualidad sincrónica*),
- hechos que tienen elementos que se prolongan en el tiempo y por lo tanto pueden permanecer entre los contenidos del medio (*actualidad prolongada*),
- hechos que son siempre de interés para el público y están presentes en secciones especiales (*actualidad permanente*),
- hechos que ni siquiera tienen que ver con este presente social de referencia que es la actualidad pero a los que el lector accede a través de buscadores y hemerotecas *online* (la *no* actualidad).

Cada una de estas actualidades tiene **un ritmo de difusión particular**, ocupa **espacios diferenciados** en el periódico digital y **requiere un enfoque periodístico específico**.⁴⁶ (Rost, 2006)

3.5.8 Personalización

Esta propiedad se encuentra orientada hacia el lector, ya que, para Rost (2006), destaca su capacidad de acceder a aquellos periódicos que respondan lo más fielmente posible a sus expectativas e intereses. Las características del soporte digital, su flexibilidad y versatilidad para almacenar y gestionar la información, le entregan al público mayores herramientas para decidir a qué contenidos exponerse y cómo deben estar presentados los mismos. En este sentido, el autor señala la existencia de diversas modalidades de personalización, como la recepción de noticias por correo electrónico, los alertas y la impresión de la noticia, entre otras.

3.6 Espacios de participación

Antes de la aparición de Internet, señala Albornoz (2005), el periodismo profesional le ofrecía escasas oportunidades de participación a la audiencia, destacándose entre ellas la carta del lector.

Mientras que en la edición impresa la intervención del público es una excepción, en la electrónica aquel no tiene excusa para no participar con su opinión en estos espacios, ya que, en casi todos ellos, se le ofrecen enlaces para que envíe sus propios textos si así lo desea. (Armañanzas, 2000).

Con el nacimiento de Internet, entonces:

⁴⁶ Las itálicas y negritas pertenecen al autor.

La participación de los usuarios como «creadores» de contenidos en Internet abarca múltiples realidades que pueden ceñirse a un ámbito estrictamente interpersonal, o bien tener una vocación de «producción pública» con el fin de compartir ideas, opiniones, informaciones y conocimiento entre todos los usuarios potenciales de la Red, gracias a las posibilidades abiertas por el nuevo entorno mediático que permite la comunicación en múltiples vías. (Martínez Rodríguez, 2005)

Existen diversas herramientas en la prensa digital diseñadas para hacer posible la participación del público: chats, foros de debate, espacios para comentarios, encuestas, perfiles en redes sociales, comunidades multimedia, listas de correo, calificación de las noticias y sindicación RSS⁴⁷, entre otros. A los efectos de la presente investigación se describirá en profundidad sólo una de ellas, a saber, los espacios destinados por el medio para que el lector comente las noticias.

[...] el comentario es, por una parte, la respuesta a una noticia, ya que obra como la exteriorización que efectúa el cibernauta de una actitud y un posicionamiento crítico sobre la narración de un acontecimiento realizada por un medio de prensa. En este sentido, el texto periodístico es el estímulo y el comentario, su réplica. Pero, por otra parte, no es menos cierto que la argumentación se forja con la opinión. (Sal Paz, 2013)

Para Julio César Sal Paz (2013), el comentario digital presenta una naturaleza inminentemente interactiva, ya que los roles de emisor y receptor resultan intercambiables, y remite a discursos anteriores. Además, alcanza tanto la conversación como la discusión, el debate o la disputa.

La organización informativa que asume refleja esta fisonomía conversacional, pues estructura el mensaje en función de las interacciones previas, pero toma distancia del texto fuente, incluso tipográficamente, al aparecer con grafía diferenciada y de cuerpo menor, como ocurre, por ejemplo, con paratextos como la nota a pie de cualquier texto escrito. Sin embargo, posee estatus propio y añade nuevas problemáticas y puntos de vista a la reflexión introducida en el artículo periodístico. (Sal Paz, 2013)

⁴⁷ RSS es el acrónimo de Really Simple Syndication (Sindicación Realmente Simple). Según la Universidad de Murcia, su función es mostrar un sumario o índice con las noticias que ha publicado un sitio web, sin necesidad de entrar a él. Información disponible en http://www.um.es/actualidad/rss/tut_sindicacion/index.php, consultada el 15 de octubre de 2015.

Albornoz (2005) detecta la presencia de moderadores en estos espacios: intermediarios entre los lectores y el medio que cuentan con el poder de veto sobre las comunicaciones de los usuarios. Además, indica que deben tenerse en cuenta “los reglamentos elaborados por las editoras periodísticas, que definen normativamente el cauce de la participación de los lectores/usuarios”.⁴⁸

Los comentarios crean una nueva situación de comunicación en la que la interacción entre locutores genera una forma discursiva original, donde las reacciones, los sentimientos y puntos de vista resultan alterados respecto de un esquema de comunicación más tradicional (Gouti, 2006). Así, las intervenciones:

[...] tienden a cambiar la oposición tradicionalmente hecha entre los dos polos de la producción verbal que son lo oral y lo escrito. Si admitimos que el escrito se refiere más bien a enunciados de géneros concretos en los que el participante ocupa un estatuto muy claro, y que el oral es el procedimiento de intercambios espontáneos, la situación observada demuestra ser muy particular: una situación de comunicación espontánea, la oral, que utiliza un canal generalmente característico de una comunicación diferente, la escrita. (Gouti. 2006)

Gérard Gouti (2006) sostiene que la utilización de lo escrito obliga a realizar una abstracción de gran parte del potencial expresivo de lo oral, específicamente, de sus aspectos prosódicos⁴⁹ y elementos paraverbales⁵⁰. Para ello, el lector recurre, por ejemplo, al uso y combinación de signos de puntuación, emoticones, mayúsculas y minúsculas, etcétera.

En cuanto al marco espacio-temporal de la comunicación, el autor analiza ambas dimensiones para comprender acabadamente cómo se produce la participación de los usuarios en los espacios para comentarios.

Respecto de la dimensión temporal, Gouti destaca que en la comunicación escrita las intervenciones son reguladas por los ritmos de recepción y respuesta

⁴⁸ Albornoz, 2005, pág. 355.

⁴⁹ Según el Centro Virtual Cervantes, son los fenómenos fónicos relacionados con la entonación, la acentuación, el ritmo, la velocidad de habla, etcétera. Cumplen una función clave en la organización e interpretación del discurso.

⁵⁰ Se trata de aquellos elementos vocales no lingüísticos que se producen con el aparato fonador, pero que no forman parte de la lengua. Se destacan aquí la calidad de la voz -timbre e intensidad- y vocalizaciones -ruidos y sonidos que salen por la boca, por ejemplo, interjecciones- (Calsamiglia Blancáfort & Tusón Valls, 2002).

impuestos arbitrariamente por el medio. Sin embargo, en los comentarios, gracias a la rapidez de las nuevas tecnologías, es posible que presenten una transmisión prácticamente inmediata, similar a la de la comunicación oral.

En cuanto al nivel espacial, señala el autor, la rapidez de los intercambios produce que la situación pueda asociarse a la de un encuentro físico, ya que es posible intervenir inmediatamente o después de algunos días, según lo desee el usuario. La verdadera diferencia se sitúa, entonces, en el hecho de que puede decidirse y gestionarse el plazo de respuesta. Por otra parte, aunque el espacio sea el de personas que se comunican entre sí, también es público, dado que todos los mensajes se archivan y pueden ser consultados en todo momento no sólo por los foristas implicados directa o indirectamente en los intercambios, sino también por eventuales lectores, que incluso pueden convertirse en participantes.

3.7 El lector en el periodismo digital

Perceptor, en el proceso de comunicación social, es toda persona que «descifra» un mensaje difundido por medios de comunicación social, en una medida tal que el sentido del mensaje se haga asequible a tal persona –por lo menos a grandes rasgos-. (Maletzke, 1992)

“La comunicación unidireccional de los *mass media* tradicionales ha constreñido a su audiencia a ejercer un rol pasivo en el proceso comunicativo”⁵¹, señala Vicente Fenoll. En cambio, los nuevos medios, surgidos en el seno de Internet, han favorecido al lector al brindarle herramientas y posibilidades para asumir un papel activo. De este modo, “cada vez más, «usar» medios (*using media*) significa «hacer» medios (*media making*)”⁵² y, por consiguiente, el perceptor se transforma en *usuario*.

Cabe destacar que en la Web 1.0, aquella de los comienzos de la red, un editor cargaba contenido para ser leído y la transacción de información finalizaba allí: el sujeto podía interactuar, pero no realizar aportes. Este hecho cambió con el arribo de la Web 2.0 en los primeros años del siglo XXI, cuando el usuario dejó de lado su rol de mero consumidor de mensajes para transformarse en prosumidor, es decir, alguien que produce y consume simultáneamente (Fenoll Tome, 2011).

⁵¹ Fenoll, 2011, pág. 1. En <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/fenoll.pdf>, consultado el 14 de octubre de 2015. La itálica pertenece al autor.

⁵² Martínez Rodríguez, 2005, pág. 269. La itálica pertenece a la autora.

“Desde que la prensa diaria arribó al ciberespacio, los diarios digitales han multiplicado sus esfuerzos por construir un *contrato de lectura*⁵³ que les permitiera sostener en el tiempo el vínculo con sus lectores”⁵⁴, asegura Natalia Raimondo Anselmino. Sin embargo, no todos los miembros del público utilizan del mismo modo las herramientas interactivas que tienen a su disposición, lo que da lugar a la aparición de usuarios activos y usuarios pasivos (Fenoll Tome, 2011).

Lourdes Martínez Rodríguez (2005), por su parte, clasifica los usuarios basándose en el rol que desempeñan en relación a los contenidos (usuarios lectores y productores) y en su nivel de participación (usuarios reactivos y proactivos).

Usuarios lectores: realizan principalmente actividades de búsqueda, consulta y lectura, pero que no contribuyen con aportes.

Usuarios productores: son prosumidores, dado que crean su propio material o contribuyen en la ampliación, selección, distribución, edición o modificación de contenidos ajenos.

Usuarios reactivos: responden a iniciativas ajenas, por ejemplo, contestan encuestas, comentan en un foro, envían fotografías a un medio, etcétera.

Usuarios proactivos: son quienes toman la iniciativa, por ejemplo, al crear una página web o un blog, entre otros casos.

3.7.3 ¿Por qué participa?

Las comunidades electrónicas emergentes:

[...] no son sólo terreno de intercambio para la información sino una poderosa extensión de nuestras redes sociales. Y como en cualquier sistema social, buscar nuestras motivaciones nos ayuda a entender y confiar en el sistema así como a encontrar nuestro lugar en él. (Bowman & Willis, 2003)

Para explicar por qué se participa, Shayne Bowman y Chris Willis (2003) citan a Abraham Maslow, quien establece una jerarquía de las necesidades, que se basa en el presupuesto de que las personas se encuentran motivadas por la urgencia

⁵³ Según Braga (1999), el contrato de lectura es el nexo que se establece gracias a la lectura, valga la redundancia, entre el discurso del soporte y los lectores.

⁵⁴ Raimondo Anselmio, 2012, pág. 127. La itálica pertenece a la autora.

de satisfacer necesidades, comenzando primero por las de bajo nivel para pasar luego a las de alto.

Amy Jo Kim, también citada por los teóricos, traza un mapa de las necesidades del mundo real de Maslow para las comunidades en línea equivalentes.

Figura Nº 5: Jerarquía de necesidades de Maslow en comunidades online



NECESIDAD	MUNDO REAL (MASLOW)	COMUNIDADES EN LÍNEA
Fisiológica	Alimento, vestido, vivienda, salud.	Acceso al sistema; la habilidad para poseer y mantener la identidad propia mientras se participa en una comunidad Web.
Seguridad	Protección de los crímenes y guerra; el sentido de vivir en una sociedad justa.	Protección de la piratería y los ataques personales; el sentido de que se tiene un lugar igual; la habilidad para mantener niveles de privacidad variables.
Social	La habilidad para dar y recibir amor; el sentimiento de pertenencia a un grupo.	Pertenencia a la comunidad como un todo, y a subgrupos dentro de la comunidad.
Autoestima	Autorrespeto; la habilidad para ganar el respeto de otros y contribuir a la sociedad.	La habilidad para contribuir a la comunidad, y ser reconocido por estas contribuciones.
Actualización	La habilidad para desarrollar destrezas y satisfacer el potencial propio.	La habilidad para tomar un rol en la comunidad que desarrolle destrezas y abra nuevas oportunidades.

Fuente: Kim, 2000, pág. 9. En Bowman & Willis, 2003, pág. 41.

3.8 Clases de foristas

En un estudio, Vicente Fenoll (2015) reconoce tres tipos de usuarios de foros de debate: trols⁵⁵, anti-trols e indiferentes.

El trol es un tipo extremo de usuario que busca autoafirmación y cuyos objetivos son la diversión, la provocación, la ofensa de los demás

⁵⁵ Según Fenoll (2015), el término no guarda relación con la criatura de la mitología escandinava, sino que proviene del verbo en inglés *to troll*, que hace referencia a una técnica de pesca en la que el cebo se acerca a la superficie del agua hasta que la presa pica y muerde el anzuelo.

participantes y la interrupción del diálogo racional. El trol es, por tanto, un tipo de usuario más centrado en sí mismo que en la comunidad, a quien escribir comentarios provocadores que reciban muchas respuestas le produce una fuerte sensación de autoafirmación, que puede llegar a ser adictiva. (Fenoll, 2015)

Esta clase de usuarios, señala el autor, además está motivada por la sensación de que ha sido marginado o privado de derechos injustamente, hecho que lo empuja a intentar humillar a los demás para compensar tal agravio. Por otra parte, en muchas ocasiones pueden reconocerse fácilmente a través de su *nick* (sobrenombre), dado que suele ser grosero u ofensivo.

De acuerdo con Fenoll, los anti-trols, por su parte, son quienes comparten el mismo estilo agresivo de los trols, pero se distinguen porque sus ataques van dirigidos a estos últimos, no hacia el foro en general.

Por último, los indiferentes son aquellos usuarios que no se identifican con las características atribuidas a las dos clases de foristas ya expuestas. Su indiferencia estriba en no entrometerse en las disputas entre trols y anti-trols.

3.9 Manifestaciones agresivas

3.9.1 Aproximación al término manifestación

Manifestación, de acuerdo con la Real Academia Española (2014), significa acción y efecto de manifestar o manifestarse, definición que requiere indagar en qué se entiende por manifestar. Consultando la misma fuente se encuentran las siguientes acepciones: declarar o dar a conocer, por un lado, y descubrir o poner a la vista, por el otro.

Toda persona vive en un mundo de encuentros sociales, que la compromete en contactos cara a cara o mediatizados con otros participantes. En cada uno de esos contactos tiende a representar lo que a veces se denomina una línea, es decir, un esquema de actos verbales y no verbales por medio de los cuales expresa su visión de la situación, y por medio de ella su evaluación de los participantes, en especial de sí mismo. (Goffman, 1970)

Al participar a través de la publicación de un comentario, el lector manifiesta su opinión, definida por Luis Aníbal Gómez del siguiente modo:

Es ante todo, una manera personal de responder y de fijar posición ante el objeto o tema considerado. La opinión implica una posición del Yo y expresa su preferencia o apreciación propias. Esta evaluación se realiza en función de una escala particular del individuo, su propia escala de valores que varía de una persona a otra. (Gómez, 1982)

3.9.2 Diferencia entre agresividad y agresión

[...] la agresividad se distingue conceptualmente de la agresión por ser una tendencia, disposición o capacidad, que puede concretarse o no en actos específicos (por lo que incluye [...] motivos, deseos, emociones, actitudes), y que surge como forma de resistencia o ataque ante situaciones difíciles o problemáticas del entorno.

Por su parte, la agresión alude siempre a todo acto que concreta dicha capacidad agresiva, por lo que suele definirse principalmente por acciones específicas (como una cacheta, un empujón o un insulto). (García Silberman & Ramos Lira, 1998)

3.9.3 Comentario agresivos

Los espacios para comentarios, delimitados y ofrecidos por los medios para que el público participe, han sido desde sus comienzos un receptáculo de opiniones de diversos tintes, manifiestas en todas las tonalidades posibles. Cada cual utiliza dicha herramienta a su antojo, de acuerdo a sus motivaciones, prejuicios, conocimientos, experiencias personales, sentimientos, etcétera.

Antes de comenzar a desentrañar los rasgos de los comentarios violentos, resulta importante mencionar las características que Catalina Fuentes Rodríguez y Esperanza Alcaide Lara (2008) le atribuyen al ciberespacio para comprender bajo qué condiciones surgen: transmisión rápida, poco trabajo-coste para el individuo, extensión -comunicación fácil y sin fronteras- y el anonimato. “Las consecuencias de todo esto también son importantes: podemos mentir, fingir, y también insultar, atacar, amenazar..., ya que no tenemos presente al individuo receptor, ni este nos puede identificar”.⁵⁶

Las manifestaciones agresivas son frecuentes, destaca Fenoll, ya que “Internet puede fomentar en la gente una desinhibición a la hora de expresarse que no

⁵⁶ Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2008, pág. 37.

experimentaría en un diálogo cara a cara”.⁵⁷ Sin embargo, indica basándose en John Suler, además de esta desinhibición tóxica tiene lugar una benigna, que propicia que las personas compartan aspectos muy íntimos sobre sí mismas.

La cortesía, señalan Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2008) citando a Bravo (2003), tiene por propósito quedar bien con los demás, lo que implica un compromiso con la propia imagen social⁵⁸, mediante comportamientos aceptados social e interlocutivamente. Los actos descorteses, por su parte, surgen en situaciones comunicativas de conflicto y polémica, y más que buscar el acuerdo y la armonía entre los interactuantes, intentan marcar las diferencias.

Muchas estrategias descorteses pueden ser tildadas de agresivas e, incluso, de violentas. En este sentido, puede hablarse de agresión y violencia hostil, cuando el objetivo es sólo dañar a la víctima, o instrumental, cuando la agresión es un medio para obtener otros fines (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2008).

Bañón Hernández (2010) distingue dos tipos de comportamientos verbales en relación a la interrelación entre agresividad física y simbólica, uno argumentativo y otro agresivo. En el primer caso, el objetivo reside en atacar la posición del adversario en torno a un determinado tema en discusión. En el segundo, el ataque se encuentra dirigido hacia el propio interlocutor, es decir, al concepto que tiene de sí mismo o al que otros pueden tener de él.

Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2008) reconocen diversas estrategias descorteses en la estructura interaccional de los discursos televisivos. Aquí se tendrán en cuenta aquellas que guarden relación con las dinámicas de participación a través de comentarios. Así, podemos encontrar que se desprestigia al contrincante por medio de varias subestrategias: insultos (injurias, improperios, metáforas escatológicas); referirse al otro bajo la forma de 3ª persona para transformarlo así en la “cosa” de la que se habla; poner en evidencia sus palabras para atacar su imagen y relativizar o negar el valor de sus pruebas; acusar de desconocer la realidad de la que se habla y decir que el otro miente. También, suele recurrirse a amenazas.

⁵⁷ Fenoll, 2015, pág. 181.

⁵⁸ Modo en que el individuo se percibe así mismo y quiere ser percibido por los demás (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara, 2008).

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO

El presente apartado está destinado al desarrollo de las herramientas metodológicas utilizadas para realizar la investigación.

4.1 Tema

Espacios para comentarios en diarios online: las manifestaciones agresivas en noticias sociales sobre salud.

4.2 Problema a abordar

Ante la variedad de posibilidades de abordaje y a los efectos de la presente tesina, se busca realizar un recorte que permita describir el tema planteado anteriormente a partir de la siguiente pregunta: ¿los lectores de diarios online se manifiestan agresivamente en los espacios para comentarios sobre el hecho noticioso o sobre el tratamiento informativo que los mismos recibieron?

Investigar esta problemática alberga un valor teórico, dado que la información obtenida podrá utilizarse para ampliar los conocimientos disponibles hasta el momento sobre la expresión de una opinión en los espacios destinados por los medios de comunicación para comentar noticias. Además, permitirá conocer cómo se manifiestan los mendocinos en los periódicos online Mdz y UNO, y a qué recursos apelan para hacerlo.

4.2.1 Planteos

A raíz de lo expuesto anteriormente, surgen los siguientes cuestionamientos:

- ¿De qué modo el perceptor explicita actitudes violentas en los comentarios?
- ¿A quién/es dirige el lector su agresividad?
- ¿En qué casos una expresión de disconformidad, desacuerdo y/o enojo puede no ser considerada una manifestación agresiva?
- ¿Qué elementos el perceptor extrae del discurso mediático para incorporar en su comentario?
- ¿Qué características poseen los espacios para comentarios de los diarios digitales Mdz y UNO, y cómo ha sido su evolución?
- ¿Cuáles aspectos caracterizan a los foristas de los periódicos digitales Mdz y UNO?

- ¿Qué incidencia posee el anonimato del usuario en la formulación de una publicación violenta?

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivos generales

- Determinar si los lectores se manifiestan agresivamente en los espacios para comentarios sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento informativo de los mismos.
- Describir cuáles herramientas utiliza el lector para formular opiniones en los espacios para comentarios recurriendo a la violencia verbal.

4.3.2 Objetivos específicos

- Identificar qué elementos extrae de la noticia el usuario para argumentar y/o justificar su comentario.
- Describir los diversos lenguajes empleados por los usuarios para manifestar una postura agresiva.
- Detallar cómo se expresan los foristas de Mdz y UNO.
- Identificar en qué temáticas resulta más frecuente hallar comentarios violentos.
- Detectar en cuál de los medios de comunicación mendocinos analizados resulta más frecuente encontrar foristas que expresan su opinión recurriendo a la agresividad.
- Describir las características y la evolución de los espacios para comentarios de los periódicos online locales analizados a fin de comprender su funcionamiento y la importancia que les ha otorgado el medio a través del tiempo.
- Determinar si el anonimato del usuario resulta un factor relevante al momento de la formulación de un comentario agresivo.
- Describir de qué modo se lleva a cabo una discusión entre foristas y a qué estrategias recurren para entablarla.

4.4 Hipótesis

Los lectores de los diarios online Mdz y UNO se manifiestan agresivamente en los espacios para comentarios, en noticias sociales sobre salud, sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento periodístico del mismo.

4.5 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que pretende especificar si los lectores se manifiestan agresivamente en los periódicos digitales Mdz y UNO sobre el hecho abordado en la noticia o el tratamiento informativo que recibió el mismo. Además, se busca desarrollar y analizar los rasgos que identifican a los espacios destinados por dichos medios para introducir un comentario, cómo interactúan entre sí y discuten los usuarios, y los elementos que caracterizan las opiniones violentas.

4.6 Técnicas de recolección de datos

Se emplearon técnicas cualitativas y cuantitativas para contrastar la hipótesis planteada anteriormente.

4.6.1 Análisis de la evolución de los espacios para comentarios

Desde sus comienzos, Mdz y Diario UNO han ofrecido diversas herramientas interactivas, entre ellas, los sitios destinados a comentar noticias. En busca de contextualizarlos, se realizó, en primera instancia, una descripción de sus secciones y suplementos, y la clase de contenidos abordados en cada uno de ellos.

Posteriormente, fueron detalladas las características principales de los mecanismos de participación que actualmente le ofrecen al público. En este contexto, se profundizó en aquellos de interés para la presente investigación, a saber, los espacios para comentarios. Para ello, se decidió consultar las ediciones anteriores de ambos periódicos para observar y analizar cómo ha evolucionado el diseño de los foros, e indagar y comparar los requisitos que en cada etapa se le fue solicitando al lector para hacer posible su intervención. Además, se desmenuzaron diferentes artículos publicados en Mdz y UNO online respecto del comportamiento de sus lectores y cambios relativos al funcionamiento de los foros.

4.6.2 Entrevistas en profundidad

Otra de las herramientas de recolección de datos que se empleó fueron las entrevistas en profundidad, las cuales fueron realizadas a un community manager de cada medio de comunicación estudiado, el jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza y académicos que investigaron la problemática. El objetivo de contar con su palabra fue dotar a la presente tesina de los aportes que cada uno de ellos podía proporcionar, desde la perspectiva de su formación y experiencia laboral, sobre el objeto de estudio.

4.6.3 Análisis de contenido

Se apeló al análisis de contenido para investigar y desmenuzar los discursos de los foristas. De manera complementaria, se efectuó una descripción minuciosa de la noticia prestando especial atención a los recursos utilizados por el medio de comunicación para la reconstrucción y exposición del hecho.

4.7 Universo y muestra

El universo está determinado por todas las noticias de los diarios online Mdz y UNO con sus correspondientes comentarios. Por su parte, la muestra comprende sólo aquellas relacionadas con el ámbito de la salud y, por consiguiente, las opiniones de lectores que las mismas hayan recibido.

Se decidió escoger artículos que hicieran referencia a hechos encuadrados en la órbita sanitaria dado que los mismos afectan a diario a la población. La salud es un derecho humano fundamental e inalienable, por lo que el hombre tiende, y siempre tenderá, a defenderlo. Además, en su seno residen problemáticas que obligan a una toma de posición, como es el caso de aquello que se desprende de la bioética.

El tipo de muestreo es no probabilístico y, por lo tanto, no representativo. La elección de los elementos se orienta en decisiones relativas a las características de la presente investigación. En este sentido, se decidió ingresar en los motores de búsqueda de los periódicos digitales a investigar una serie de palabras claves relacionadas con el ámbito de la salud, a fin de dar con noticias que abordaran dicha temática en el período comprendido por los meses julio y agosto del corriente año.

Los términos ingresados para realizar la recolección fueron:

- Abortar
- Aborto
- Adicción
- Alcoholismo
- Alquiler de vientre
- Concepción
- Cura
- Derecho a la vida
- Drogadicción
- Embarazo
- Enfermedad
- Eutanasia
- Fertilización
- Hospital
- Hospitalario
- Inseminación artificial
- Interrupción del embarazo
- Mala praxis
- Maternidad
- Medicamento
- Medicina
- Ministerio de Salud
- Muerte digna
- Nacer
- Nacimiento
- Obra social
- Paciente
- Reproducción asistida
- Salud
- Salud privada
- Salud pública
- Sanitario
- Suicidio asistido
- Tratamiento

Con el objetivo de controlar que no hubiera quedado algún artículo sin incluir por cuestiones técnicas estrechamente relacionadas con las características de ambos sitios, acto seguido se acudió a la sección Noticias de Google, que permite acceder a los artículos publicados por diversos medios de comunicación. Allí, gracias a la pestaña Herramientas de búsqueda, puede fijarse el intervalo de tiempo de interés. Para obtener sólo aquellas notas relacionadas con los diarios a analizar, se prosiguió a colocar el nombre de cada uno de ellos seguido por el signo más (+) y una de las palabras claves por vez. Cabe destacar que no hubo grandes diferencias entre los resultados arrojados por Mdz en su sitio y aquellos que traídos por Google. En cambio, en el caso de UNO, se percibió que el buscador web ofrecía mayor cantidad de noticias que la página del medio.

Posteriormente, se creó una tabla de doble entrada, que podrá ser consultada en el Anexo, para volcar todos los artículos hallados con su correspondiente cantidad de opiniones, las cuales permitieron ordenarlos de menor a mayor para

extraer las cinco noticias más comentadas. En el caso de Mdz, dado que dos pares de ellas contaban con el mismo número de intervenciones de lectores, se decidió la inclusión de ambos, por lo que en ese medio de comunicación se estudiaron siete notas en vez de cinco.

4.8 Descripción y análisis de la interactividad en Mdz y UNO online

Tanto Mdz como Diario UNO online cuentan con un abanico de propuestas para interactuar con su público. La cantidad y calidad de las mismas determina en gran medida no sólo las posibilidades de navegación e intercambio de contenidos que posee el usuario y, por consiguiente, el papel que el medio les asigna a sus lectores. Las mismas serán descritas en el presente apartado, siendo los espacios para comentarios de ambos medios de comunicación las herramientas que reciban una descripción más acabada.

4.8.1 Interactividad en Mdz

Para establecer una aproximación a los espacios interactivos del medio, resulta preciso realizar en primer lugar una breve descripción de sus secciones y suplementos, ya que esto permite contextualizarlos y tomar conocimiento de los espacios que albergan, de acuerdo a la temática, los contenidos.

Mdz cuenta con las siguientes secciones fijas:

Política: aquí se cubren aquellos hechos relacionados con la política local y nacional. Actualmente, con motivo de los comicios del corriente año, el medio decidió realizar una subdivisión, denominada Elecciones 2015, donde se incluyen aquellas noticias relacionadas con los distintos eventos electorales que tienen lugar en el país.

Opinión: columnas y editoriales sobre diversas problemáticas actuales.

Dinero: la sección se encuentra organizada en Dinero y Mdz Autos, y es destinada al tratamiento de temas relacionados con la economía.

Mundo: cuenta con dos subdivisiones, Mundo y Papa Francisco. Los hechos noticiosos cubiertos aquí pertenecen al ámbito internacional. Cabe destacar que dada la relevancia que la figura del Sumo Pontífice posee a escala mundial, y especialmente nacional por su origen, el medio decidió brindarle un espacio diferenciado dentro de esta sección.

Sociedad: se divide en Sociedad -donde son tratados hechos relacionados con salud, educación, ambiente y otras temáticas- y Policiales –donde reciben cobertura periodística casos judiciales, crímenes, asaltos, etcétera-.

Deportes: como su nombre lo indica, la sección se aboca al tratamiento de diversos eventos deportivos.

Sociales: Mdz realiza aquí una cobertura de diversos eventos sociales, tales como muestras, degustaciones, inauguraciones y desfiles de moda, entre otros.

Entretenimiento: la sección cuenta con dos subdivisiones: Espectáculos y Mediáticos. La primera de ellas se encuentra abocada al tratamiento de hechos relacionados con estrenos de películas, conciertos y programas televisivos, principalmente. La segunda se relaciona con la cobertura de lo que popularmente se denomina chimentos, es decir, aquellas noticias sobre la farándula.

A su vez, cuenta con suplementos, que se diferencian de las secciones en que poseen un diseño propio, aunque se respeta el estilo del resto de Mdz, y en que la mayoría se encuentra subdividida en secciones. Los mismos son:

Cultura & Ciencia: aquí pueden encontrarse noticias sobre arte, literatura, historia, descubrimientos científicos, astronomía, biología y geología, entre otras.

Mdz Femme: espacio destinado, según el medio, a la mujer, por lo que se cubren aquellas temáticas que se consideran de su interés. Moda, Belleza y salud, Sexo y pareja, Hogar y deco, y Mujeres in son las secciones que componen el suplemento.

Geek Data: los artículos versan sobre tecnología e informática.

Mendolotudo: suplemento de humor que cuenta con las siguientes secciones: Política, Los típicos, Bizarreadas, Opinolotudo, Pensamientos e historias, Mendoletudo, Libro de quejas y Staff.

LAP: gira en torno de dos temáticas: running, principalmente, y ciclismo. Consejos, Carreras, Salud, Tecnología, Indumentaria, Marketing y negocios, Running teams, Chicas LAP y Bike LAP son sus secciones.

Food Lovers: contiene noticias relacionadas con el ámbito culinario. Se encuentra organizado en las secciones Recetas, Trends, Food news, Recomendados, Viajes y Sorteos.

Boarding Pass: sitio destinado al tratamiento de temas que guardan relación con el turismo. Cuenta con las siguientes secciones: Pasaporte, +54 ARG, Mdz, Tips & Trips y La postal.

Videojuegos: como su nombre lo indica, está abocado a la cobertura de lo relativo a los juegos de video.

Usualmente, Mdz crea secciones y suplementos especiales cuando se destaca en la agenda algún evento que mantiene al público expectante y, por lo tanto, interesado por los acontecimientos que se desprenden de ellos. Asimismo, en ocasiones, el medio también apela para promocionar sus propias actividades. Tales espacios son creados y ofrecidos al lector por tiempo determinado, luego del cual son retirados del home, aunque las notas continúan disponibles en los archivos. Al momento de realizarse esta tesina, por ejemplo, Deportes poseía un apartado destinado a la compilación de todas aquellas noticias sobre el Mundial de Rugby 2015 y Copa Mdz era un suplemento abocado a la cobertura de un torneo interempresarial organizado por el diario que estaba llevándose a cabo.

Habiendo descrito las secciones y los suplementos, puede procederse al análisis de las herramientas interactivas que el medio de comunicación ofrece:

Suscripción a RSS: al igual que en el caso anterior, el enlace se encuentra ubicado en el sector inferior del sitio. Al ser clickeado, el lector accede a una nota que explica las características de este servicio, basado en la utilización de feeds (herramientas que permiten acceder a las actualizaciones de contenidos determinados de varios sitios a la vez), los cuales operan a través de agregadores, programas desde donde pueden visualizarse las publicaciones. Los feeds de Mdz son Política, Economía, Mundo, Sociedad, Entretenimiento, Deportes y Todos los títulos; el lector se suscribe a aquellos que resultan de su interés y, de este modo, personaliza su acceso a la información.

Reporte de una noticia: si un lector tiene conocimiento de alguna problemática que considera debe tomar trascendencia pública, puede comunicarse con el diario para dar aviso de ella. En el sector inferior del sitio web, donde se encuentran consignada la información del medio –dirección, propietario, copyright, número de edición, etcétera-, se encuentra el enlace Reportar una

noticia, que al ser clickeado redirecciona al usuario hacia un artículo que contiene diferentes vías de contacto con el medio.

Ranking: aunque no es específicamente una herramienta interactiva, permite conocer aspectos del uso que se hace de algunas de ellas. En el extremo superior, se encuentra su pestaña, que despliega una serie de rankings que permiten acceder a los artículos más leídos, comentados, compartidos en Facebook y Twitter, y enviados por mail. En cada uno, hay diez notas ordenadas de mayor a menor, de acuerdo al criterio de relevancia establecido.

Imagen N° 1: Ranking de las más leídas del 20/10/15



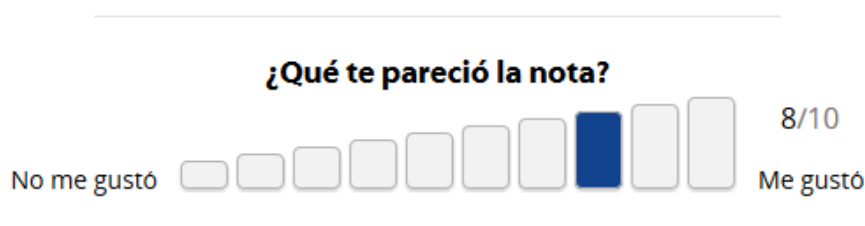
Fuente: registro propio. Extraído el 20/10/15.

Generalmente, no suele encontrarse grandes similitudes entre los diferentes rankings, tanto entre las notas los integran como en la disposición que las mismas presentan en cada uno de ellos, hecho que revela que las preferencias de los lectores difieren en las distintas herramientas propuestas por el medio. Por ejemplo, tomando como punto de referencia la imagen anterior, puede apreciarse la escasa relación entre las diez noticias más comentadas del 20 de octubre de 2015 y las más leídas. Sólo una de ellas, "«A mí no, Majul»: y un día, Scioli se calentó", figura en ambos listados, aunque recibe una ubicación diferente en cada uno de ellos.

Más leídas	Más comentadas
1. Monseñor Charamsa: “Todo el Vaticano sabe que hubo un Papa gay”	1. “A mí no, Majul”: y un día, Scioli se calentó
2. “A mí no, Majul”: y un día, Scioli se calentó	2. Scioli dará continuidad a la política kirchnerista en Seguridad
3. Nueva función de Whatsapp ideal para infieles	3. Los Pumas y el himno nacional
4. Consultá el padrón definitivo para las elecciones presidenciales	4. A una semana de las elecciones: ¿definición o balotaje?
5. Una semana antes de la elección, la última encuesta de Zuleta	5. Las filosas frases de María Teresa Barbera en MDZ TV
6. La “duck face” ya fue: ahora la selfie furor es la “fish gape”	6. Funcionario de Guaymallén cobró casi \$100.000
7. Destrozos en Chacras por la tormenta	7. ¿Debe continuar el programa Procrear?
8. El desnudo de la porrista de Boca que conquistó a Bisbal	8. El avión incendiado iba a buscar a la familia de Lázaro Báez
9. Los kelpers provocaron tras el triunfo de Los Pumas	9. “El pueblo nos elige cada vez que las papas queman”
10. Cande Tinelli detesta a Calu Rivero y la destrozó en Instagram	10. Votá: ¿cómo son los empresarios mendocinos?

Calificación de las noticias: en cada uno de sus artículos, el diario le brinda a su público la posibilidad de calificarlos en una escala de 0 (“No me gustó”) a 10 (“Me gustó”). Al ingresar a la nota, puede verse el promedio que hasta ese momento tiene la misma, por ejemplo, 8/10.

Imagen Nº 2: Calificación de una nota



Fuente: registro propio. Extraído el 20/10/15.

Chats con figuras destacadas: en diferentes ocasiones, Mdz les ha ofrecido a sus lectores la posibilidad de enviarles preguntas a políticos, artistas, empresarios y profesionales, entre otros, quienes responden en el momento las inquietudes de los usuarios.

Días previos a concretarse el chat, el medio lo publicita en busca de generar interés en el público y, de este modo, garantizar que el día en que este se lleve a cabo varios los usuarios aprovechen el espacio para participar e interrogar al personaje en cuestión.

Imagen Nº 3: Chat de Marcelino Iglesias del 25/06/15



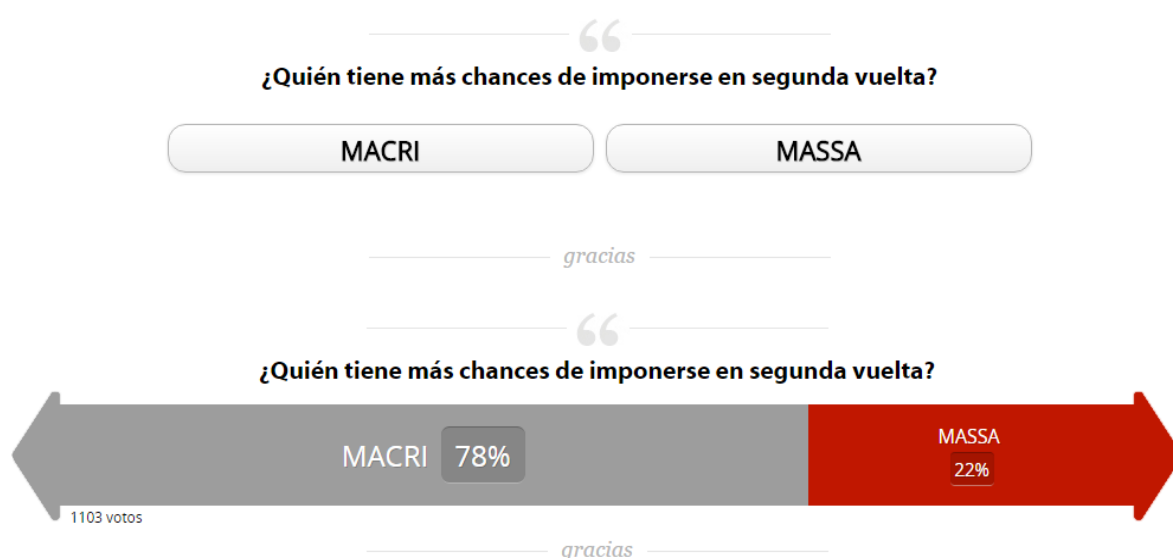
Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Encuestas: Mdz recurre a diario a invitar a sus lectores a que participen de una encuesta, que consta de una pregunta que permite elegir entre dos opciones. Luego de haber optado, el usuario accede a los resultados.

Esta clase de herramientas interactivas le permite a un medio de comunicación no sólo conocer las preferencias e inclinaciones de su público, hecho que permite ofrecer contenidos adecuados a las tendencias reflejadas, sino también valerse de los resultados de las mismas para elaborar noticias, es decir, que acaban por constituirse en fuentes de información.

Diariamente, el periódico coloca en su home una encuesta relacionada con alguno de los temas de agenda del momento. Puede darse el caso de que en una misma jornada se coloque más de una. Incluso, pueden encontrarse en el cuerpo de algunas noticias.

Imagen Nº 4: Encuesta del 20/10/15



Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Existe un tipo particular de encuesta empleado por Mdz, basado en la contraposición de dos posturas. Diariamente, se escribe al menos un artículo, cuyo título se encuentra formulado de modo interrogativo y lleva por volanta la palabra “polémica”, en el cual se exponen los pros versus los contra, las dos visiones que predominan en torno a una problemática actual. El usuario vota por sí o por no para responder “¿Quién tiene la razón?”. Cabe destacar que ambas opciones son acompañadas por una frase breve que sintetiza aquello que implica escoger cada una de ellas.

A modo de ejemplificar la particular modalidad que adopta esta clase de noticias, se utilizará una nota publicada el 24 de octubre de 2015, la cual podrá ser apreciada en la siguiente imagen.

Imagen Nº 5: Votación

POLEMICA

¿Puede haber minería controlada en Argentina?

CONTALO

f
0

t
0

G+
0

El debate sobre la megaexplotación minera en nuestro país es incesante. Mientras se suceden los debates, los casos, de un extremo al otro, de Veladero a la resistencia social en Mendoza, movilizan a la sociedad y cuestionan a los políticos.



Las herramientas legales y sociales permiten que los intereses ambientales y sanitarios de la ciudadanía estén protegidos.

Por más que existan las normativas, la experiencia demuestra que la connivencia política permite que las empresas descuiden los controles.

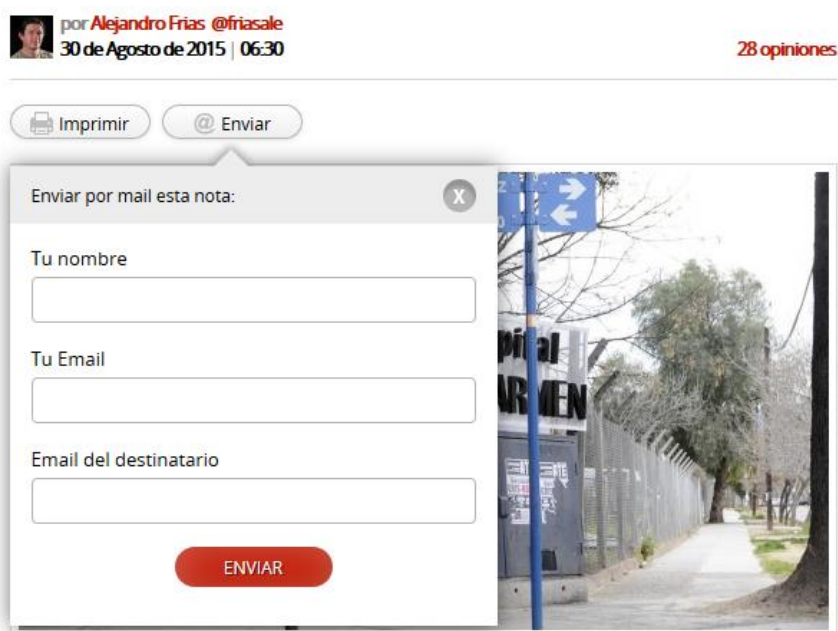


Fuente: registro propio. Extraído el 24/10/15.

Envío de noticias por correo electrónico: debajo de la bajada de cada nota, se encuentra el botón Enviar que, al ser clickeado, despliega una pequeña ventana con campos que el usuario debe completar para enviar el contenido del artículo desde su de e-mail a otro.

Imagen N° 6: Envío de nota por e-mail

Dorita aportó desde siempre a una obra social que sobre el final de su vida no le ofreció ni siquiera alguien que la cuidara de noche.



Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Impresión de noticias: ubicado a la izquierda de Enviar, tal como puede apreciarse en la imagen anterior, el botón Imprimir le permite al lector obtener el artículo en versión papel. Al accionarlo, el sitio web se conecta con la impresora del usuario y le permite escoger, por ejemplo, la cantidad de copias que desea obtener o si desea guardar el archivo en PDF.

Redes sociales: en la actualidad, las redes sociales constituyen una de las herramientas interactivas por excelencia de los medios de comunicación con su público. Mdz, particularmente, posee cuentas en Facebook, Twitter, Google Plus, Instagram, YouTube y Pinterest. Cabe destacar, sin embargo, que dentro de la página web del diario los lectores sólo pueden interactuar con las tres primeras. Incluso en el sector superior del sitio, donde figuran las secciones, los suplementos, el buscador y la información sobre servicios, entre otros contenidos,

sólo se encuentran sus logos, que constituyen enlaces que dirigen al sujeto a los distintos perfiles del periódico.

A la derecha del título de cada una de las noticias de Mdz, encabezado por la palabra “Contalo”, se encuentra un listado con botones de Facebook, Twitter y Google Plus, ubicados verticalmente en el orden mencionado y acompañados de la cantidad de personas que han compartido la nota. A su izquierda, se disponen en forma de columna los usuarios de Twitter que han mencionado ese artículo.

Imagen Nº 7: Titular y redes sociales

The image shows a news article snippet. On the left, there is a box indicating '2 Personas están hablando de MDZ' with a Twitter icon. Below this are two green square icons with white circles. The main title is 'Morir abandonada en el Hospital Del Carmen'. To the right of the title is a 'CONTALO' section with social media sharing options: Facebook (0), Twitter (9), and Google Plus (0). Below the title is a short text snippet: 'Dorita aportó desde siempre a una obra social que sobre el final de su vida no le ofreció ni siquiera alguien que la cuidara de noche.' The author is 'por Alejandro Frias @friasale' with a small profile picture, dated '30 de Agosto de 2015 | 06:30'. There is a red link for '28 opiniones'. At the bottom, there are two buttons: 'Imprimir' and 'Enviar'.

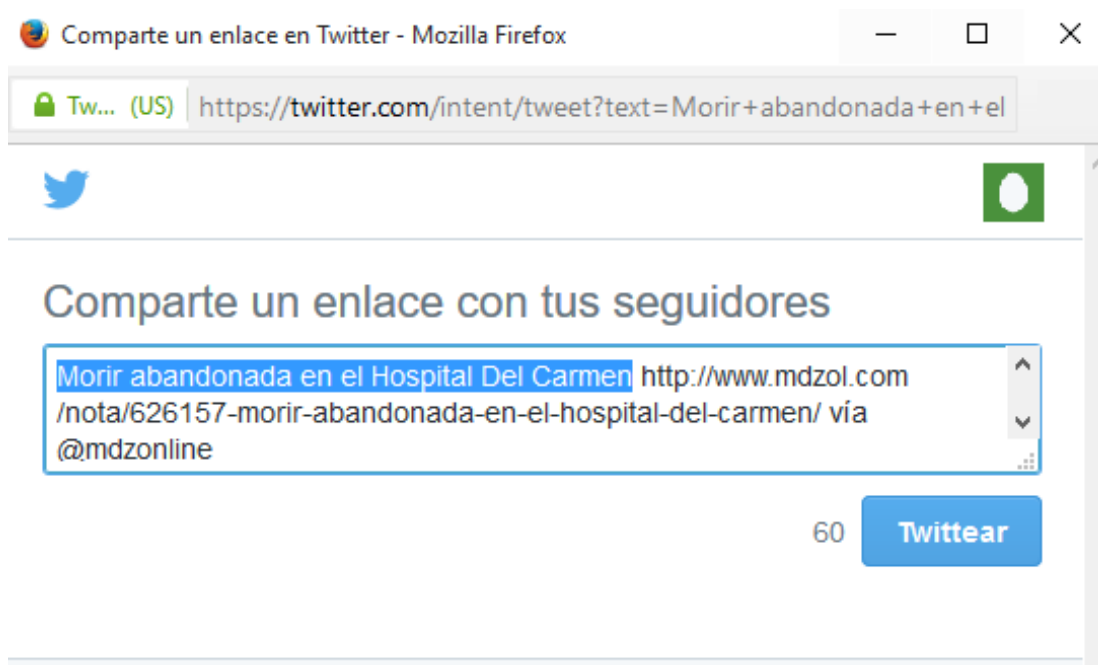
Fuente: registro propio. Extraído el 20/10/15.

Analizando la imagen anterior, puede apreciarse que en la firma del responsable de la nota no sólo se especifica su nombre, sino que, además, se proporciona el usuario de Twitter del periodista para que aquellos lectores que eventualmente deseen ponerse en contacto con él puedan realizarlo por esa vía. También se destaca que, acompañada de dicha información, se encuentra una pequeña fotografía con el rostro del autor en primer plano.

Al clickear alguno de los botones de redes sociales, automáticamente aparece en pantalla una pequeña ventana vinculada con la cuenta personal del lector –en caso de que no haya iniciado sesión, se le solicitará que coloque su nombre de usuario y contraseña; de ser necesario, deberá registrarse-, donde figura una publicación en la cual se encuentra el link de la nota. El sujeto puede agregar

algún comentario al respecto de la misma si lo desea y, luego, realiza el posteo en su perfil.

Imagen Nº 8: Ejemplo de Twitter



Fuente: registro propio. Extraído el 20/10/15.

Otra herramienta interactiva que guarda relación con las redes sociales reside en la posibilidad de compartir los destacados de un artículo. Cabe aclarar que Mdz le permite al usuario hacerlo sólo a través de sus cuentas de Facebook y Twitter.

Imagen Nº 9: Compartir un destacado



Fuente: registro propio. Extraído el 20/10/15.

Las palabras “contalo” y “compartilo”, empleadas por Mdz para invitar a difundir contenidos a través de las redes sociales, reflejan uno de los aspectos esenciales del medio: la interpelación del público a través de un discurso que apela al registro personal. El diario utiliza la segunda persona del singular, en ocasiones del plural, el voseo⁵⁹ y el modo imperativo para dirigirse a sus lectores.

Módulo de comentarios: constituye el espacio creado para que el usuario no sólo manifieste “su opinión, crítica o punto de vista sobre un determinado hecho, noticia o circunstancia, sino también para hacer uso de su libertad de expresión en un medio tan masivo y globalizado como lo es la Internet”.⁶⁰

Imagen N° 10: Módulo de comentarios

OPINIONES (0)

19 de Octubre de 2015 | 20:49

1

Escribí tu opinión

ENVIAR

Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

La imagen anterior permite esbozar un primer análisis de la plataforma en la cual se encuentra estructurado el espacio para comentarios del diario. El espacio para ingresar un mensaje cuenta con cierta información que lo contextualiza: cantidad de opiniones –indicada entre paréntesis- que hasta el momento ha recibido la noticia, fecha y hora en que se está produciendo la intervención del lector y número de comentario –colocado en gris, en el extremo superior izquierdo del rectángulo-.

Por otro lado, debe destacarse que en la caja de texto destinada a que la persona se exprese se encuentra la frase “Escribí tu opinión”, otra interpelación al público que responde a las características atribuidas anteriormente al discurso de Mdz: uso del registro personal, el voseo y el modo imperativo. Otro aspecto en el

⁵⁹ Vosear, según la RAE (2014), implica tratar a alguien de vos.

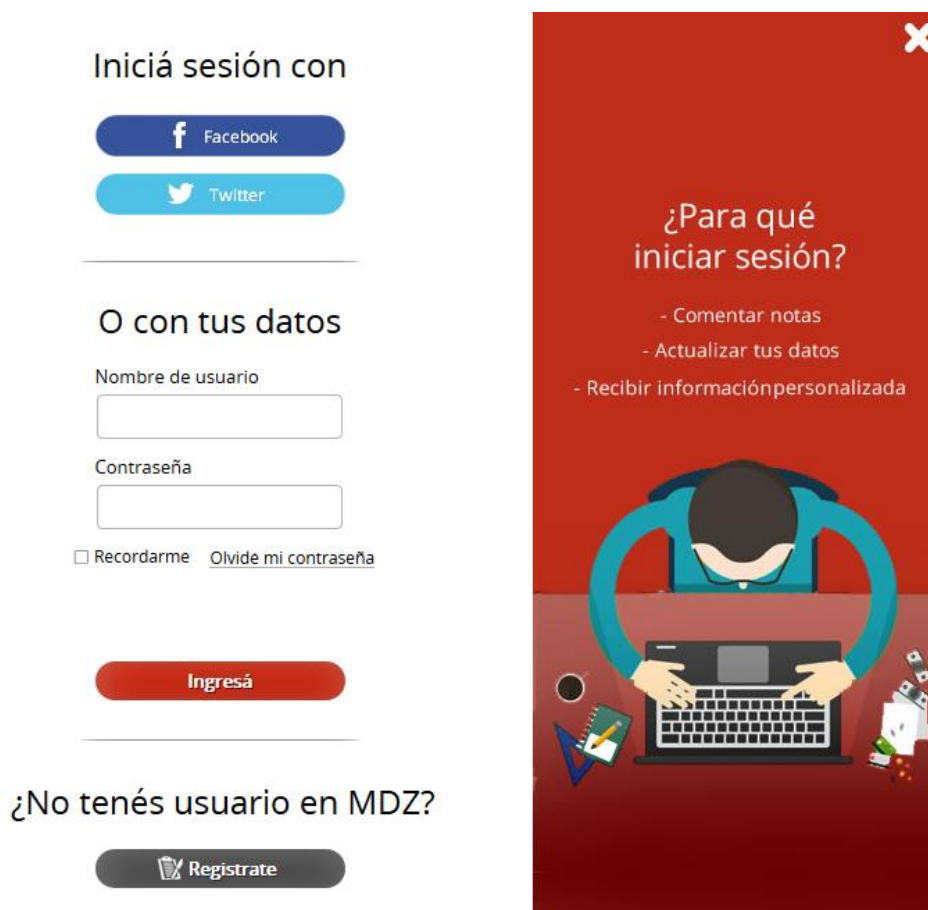
⁶⁰ Mdz online. En <http://www.mdzol.com/institucional/reglas-y-condiciones/>, consultado el 20 de octubre de 2015.

que debe hacerse hincapié es en su diseño, el cual adopta la apariencia de un globo de diálogo.

Al momento de clicar en el campo destinado a que el lector ingrese su comentario, automáticamente aparece en pantalla una ventana que le solicita al lector que inicie sesión a través de su cuenta de Facebook o Twitter, o ingresando sus datos (nombre de usuario y contraseña). De ello se concluye que, para participar, es necesario poseer una cuenta en Mdz.

Resulta importante mencionar que el medio de comunicación proporciona una serie de razones para justificar el pedido de inicio de sesión. Tal como puede apreciarse en la imagen N° 11, el periódico argumenta que dicha acción permite comentar noticias, actualizar los datos personales y recibir información personalizada.

Imagen N° 11: Solicitud de inicio de sesión



The image shows a login dialog box on the left and a list of reasons for logging in on the right. The dialog box has a title 'Iniciá sesión con' and two buttons for 'Facebook' and 'Twitter'. Below that, it says 'O con tus datos' and has input fields for 'Nombre de usuario' and 'Contraseña'. There are also checkboxes for 'Recordarme' and 'Olvide mi contraseña', and a red 'Ingresá' button. At the bottom, it asks '¿No tenés usuario en MDZ?' and has a 'Regístrate' button. The right side of the image is a red vertical panel with a white 'X' in the top right corner. It contains the text '¿Para qué iniciar sesión?' followed by a list of reasons: '- Comentar notas', '- Actualizar tus datos', and '- Recibir información personalizada'. Below the text is an illustration of a person sitting at a desk with a laptop, surrounded by various office supplies like a notebook, a pen, and a coffee cup.

Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Si el sujeto no cuenta con un usuario en el medio de comunicación, puede obtener uno cliqueando el botón Registrarse, el cual despliega una serie de campos con información personal (nombres, apellidos, usuario, e-mail, contraseña, tipo y número de documento, y sexo) que debe completar y donde se le ofrece un enlace que conduce a los Términos y condiciones que deben ser aceptados para poder obtenerlo. También puede realizar la operación recurriendo a su perfil de Facebook o Twitter, procedimiento a través del cual se vinculan ambas cuentas. En este caso y al igual que en el anterior, debe completarse previamente el formulario y estar de acuerdo con el reglamento impuesto por el periódico.

Como fue mencionado anteriormente, el diario apeló a la creación de este espacio para permitirle al lector hacer uso de su libertad de expresión en Internet y, por consiguiente, en su sitio web. Al respecto, el medio especifica, en el apartado Términos y condiciones, que el individuo es responsable civil y penalmente por cómo administra este derecho en lo relativo al contenido de los mensajes y el nick o nombre que escoja para participar.

A fin de enriquecer la información relacionada con la generación de un usuario, se procedió a indagar sobre la posibilidad de crear un perfil con datos apócrifos. El primer paso fue realizar un correo electrónico para el individuo ficticio, llamado Florencia Negavoti. Se escogió al azar un nombre que comenzara con “F”, ya que con esa misma letra empieza la palabra forista. El apellido, por su parte, fue formulado intercambiando las últimas dos sílabas de la palabra negativo. Tal elección partió de la idea de jugar con la intención de la presente tesina de estudiar las manifestaciones agresivas.

El siguiente paso fue ingresar al sitio de Mdz online para generar una cuenta para el personaje creado. Tras llenarse los campos requeridos con información (ficticia) sobre el mismo, no fue posible acceder a la próxima instancia, dado que a la página no le fue posible validar los datos proporcionados. Además, la página advertía de que sólo existen tres oportunidades para verificar si hay algún error en aquello que fue escrito. Aunque se realizaron diversas modificaciones en pos de poder continuar con el proceso, las mismas no surtieron efecto y, por ende, el usuario no pudo ser generado.

Imagen N° 12: Error al crear el usuario

No pudimos validar tus datos

¡Ayudanos a crear una comunidad segura!
Este paso asegura que nuestros usuarios son personas reales.

Nombres* Apellidos*

Tipo y Número de Documento Sexo: Hombre Mujer

Por favor verificá que no existan errores en los datos
tenes hasta 3 intentos

Continuar



Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Luego de esta experiencia, se decidió realizar una cuenta en base a la figura de una persona real. Para ello, fueron utilizados los datos personales de la autora de la presente tesina y se escogió como nick la palabra usuario.


Una vez obtenido el perfil, se procedió a ingresar al módulo de comentarios de alguna noticia para comprobar si el mismo presenta una apariencia diferente para quien se encuentra registrado. Efectivamente, el diseño sufre leves modificaciones si se tienen en cuenta las características de aquel que fue ilustrado en la imagen N° 10: el botón Enviar deja de ser gris y adopta el color rojo, y a la izquierda de la fecha y la hora se coloca en negrita el nick del usuario, que a su vez posee a la izquierda una ilustración de la silueta de una cabeza.

Cabe destacar que no se le ofrece al lector la posibilidad de subir una imagen tanto al momento de crear su usuario como después de haberlo hecho. Sin embargo, al vincularse el usuario a una cuenta de Facebook o Twitter, se toma la

fotografía de perfil de la misma y se coloca en lugar de dicha ilustración. Dado que no es frecuente encontrar este tipo de casos en los foros, se deduce que para preservar su identidad la mayoría de los lectores no optan por realizar tal asociación.

Imagen Nº 13: Apariencia de módulo para usuarios

OPINIONES (0)



usuario 20 de Octubre de 2015 | 18:37

1

Escribí tu opinión

ENVIAR

Fuente: registro propio. Extraído el 21/10/15.

Respecto de los términos y condiciones que los lectores deben aceptar en caso de que deseen registrarse, resulta necesario hacer hincapié, por un lado, en los contenidos (sean estos videos, fotografías, audios, textos, archivos multimedia, etcétera) que Mdz prohíbe publicar y, por otro, en los derechos que el medio se atribuye.

La empresa periodística no permite que los usuarios envíen comentarios que:

- revelen datos de terceros que hagan a su privacidad o corrompa datos personales.
- tengan un vocabulario injurioso, ofensivo o vulgar.
- tengan como finalidad acosar, amenazar, insultar a terceros (sean éstos usuarios o no) o cualquier otra forma que constituya un ataque personal en su contra.
- que sean contrarios a las leyes, moral y buenas costumbres.
- sean ilícitos. Se entiende por éstos, aquellos mensajes que violen una norma jurídica específica que tutele derechos personales, leyes sobre marcas, propiedad intelectual, publicidad, fraudes o cualquier derecho protegido por las leyes de la República Argentina.
- contengan pornografía, obscenidades o cualquier otro mensaje perturbador que perjudique la sensibilidad de terceros.
- tengan un enlace, link o vínculo directo a un sitio web para adultos.

- hagan propaganda o apología a la guerra, odio nacional, racial o religioso y que incentive a la violencia o acciones discriminatorias.
- viole las políticas de privacidad que manifiesta **MDZol.com**.
- tengan como objeto vender, comercializar u ofrecer cualquier clase de productos o servicios.
- sean ilegibles.⁶¹ (Mdz online, 2007)

Cabe destacar que el medio especifica que dicha enumeración no es taxativa y que puede comprender otros contenidos que quedarán sujetos a su aprobación y reserva.

El listado de la clase de publicaciones no admitidas refleja la postura que la empresa posee frente a las manifestaciones agresivas de los lectores, objeto de estudio de la presente tesina. En este sentido, el diario repudia, por ejemplo, el uso de un vocabulario injurioso, ofensivo y vulgar, y cualquier forma de ataque a terceros (insultos, amenazas, acoso, etcétera). Al aceptar las condiciones, el forista reconoce la posición de Mdz y se compromete, por consiguiente, a no incurrir en ningún tipo de práctica violenta. Sin embargo, en varias oportunidades el periódico ha publicado notas cuestionando el modo de expresarse de sus usuarios, por lo que puede inferirse que muchos de ellos dicen estar de acuerdo con los términos y condiciones aunque no los hayan siquiera leído. También puede darse el caso de que sí lo hayan hecho, pero acaben aceptando no por concordar, sino motivados por el deseo de comentar.

En cuanto a sus atribuciones, el medio señala que se reserva el derecho de: eliminar un mensaje cuando lo solicite un lector damnificado; expulsar temporal o permanentemente a un usuario, incluso sin previo aviso; poner a disposición de quien se viera afectado por un comentario los datos de su autor para que le iniciar acciones legales; supervisar y moderar los mensajes; rechazar, suprimir, negarse a publicar, restringir, suspender o dar por terminado el acceso de una persona a todos o algunos de los servicios en cualquier momento, con o sin aviso, con o sin causa, y, por último, investigar y tomar las medidas legales pertinentes contra quien viole los contenidos prohibidos.

Respecto de la clase de contenidos que el lector puede emplear para construir su mensaje, se destaca que sólo es posible expresarse a través de la escritura.

⁶¹ La negrita pertenece al medio.

La plataforma no ofrece la posibilidad de incorporar imágenes, videos, audios ni emoticones. También cabe aclarar que si la persona desea compartir la dirección URL de un sitio que considera de interés, al publicarse el mensaje, la misma no se convierte en un hipervínculo, por lo que quien desee acceder deberá copiarla y pegarla en otra ventana.

En cuanto al texto, debe especificarse que no se ofrecen estilos de fuente (nerita, itálica y subrayada) ni ningún otro tipo de herramienta que permita dotarlo de diversos formatos. La tipografía del mismo difiere de la del cuerpo de la noticia: mientras que en ella se recurre una con serif, los comentarios emplean una sin serif, empleada también en el título y la bajada –donde se reduce el espacio entre caracteres.

Figura Nº 6: Diferentes tipografías

Morir abandonada en el Hospital Del Carmen

CONTALO
f 0
t 9
G+ 1

Dorita aportó desde siempre a una obra social que sobre el final de su vida no le ofreció ni siquiera alguien que la cuidara de noche.

tatekieto 30 de Agosto de 2015 | 12:53
Una metáfora acabada de lo que es este gobierno.

Dorita ingresó a la guardia del Hospital del Carmen a mediados de agosto, y mientras esperaba a que la atendiera le dio un ACV, por lo que es trasladada a terapia intensiva, donde por fin comienzan a atenderla.

Lo que vendrá después de esto serán días en los que la familia será testigo del lamentable trato que se le da a la mujer, a la que prácticamente se abandonó.

TIPOGRAFÍA SIN SERIF

TIPOGRAFÍA CON SERIF

Fuente: elaboración propia, en base a fragmentos de un artículo.

Otro rasgo importante de resaltar respecto de los mensajes que reciben las noticias es que el diario coloca dicha cifra acompañando al título de la noticia tanto

en el home como en el interior de la misma. En ambos casos, coloca en rojo o, en menor medida, en gris la palabra “opiná” cuando nadie se ha manifestado en el foro o n (número) opiniones –por ejemplo, 3 opiniones, 1 opinión, etcétera– cuando ha habido intervenciones.

El último aspecto a destacar en relación a Mdz online y su espacio para comentarios reside en la relevancia que el medio de comunicación les otorga a este sitio interactivo y el vínculo que posee con sus lectores. La necesidad de reparar en ello es motivada, principalmente, por el número considerable de artículos publicados por el periódico para hacer referencia a los mensajes que los usuarios dejan en las diferentes noticias y comunicar cambios que se pudieran producir en relación al foro. Por tal motivo, se emprenderá un recorrido analítico por la evolución que el espacio para comentarios ha sufrido desde su origen y se expondrá una breve síntesis de aquellas notas que reflejan la política editorial en los diferentes momentos. Para ello, se acudirá al archivo de ediciones anteriores disponible en la misma página, ya que dicha herramienta permite acceder no sólo a los contenidos publicados anteriormente, sino también apreciar el diseño que el sitio web presentaba en la fecha seleccionada.

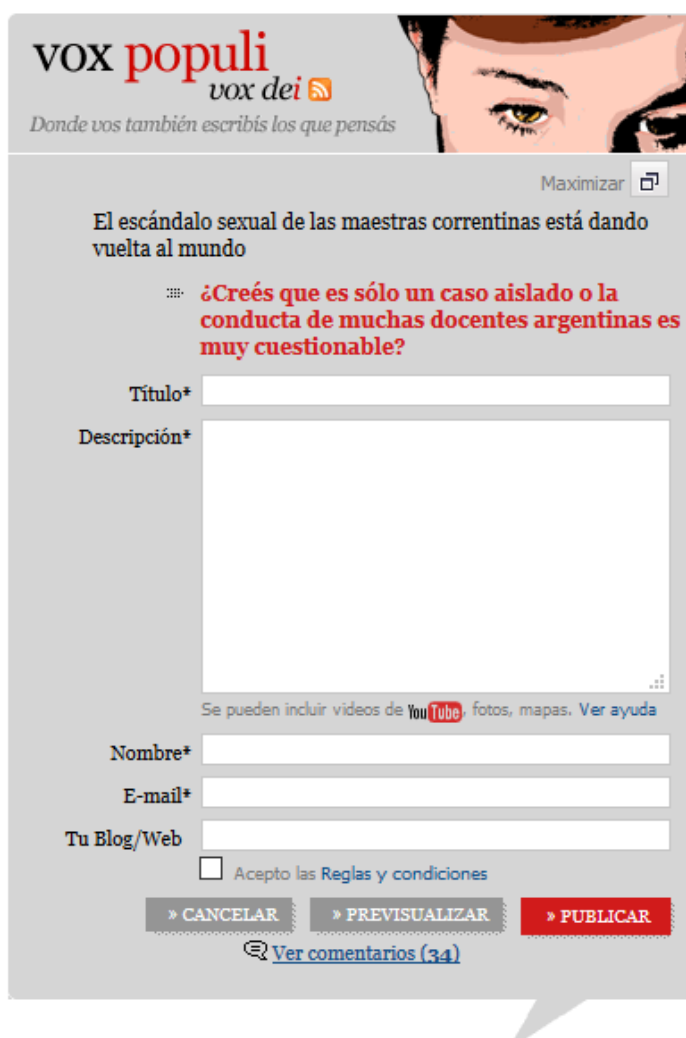
El 8 de agosto de 2007, un día antes de la primera edición, se daba a conocer el antecedente del módulo de comentarios. La publicación, que lleva por título “Les presentamos Vox Populi, un nuevo canal de participación”, hace hincapié en el espíritu de favorecer la conversación que posee el medio y explica el funcionamiento de Vox populi, vox dei, espacio destinado a que los lectores opinen, discutan, polemiquen y expresen lo que sienten y piensan sobre temas de actualidad. Uno de los puntos abordados en la nota que resulta importante destacar reside en la aclaración por parte del diario de que los mensajes serían pre-moderados, es decir, que se publicarían tras haber sido controlados por un moderador.

Al día siguiente (9 de agosto de 2007), se publicó un artículo para anunciar que la comunicación de Mdz online con sus lectores funcionaba plenamente. Los primeros párrafos del mismo están destinados a reflejar el pedido por parte de los usuarios al diario, a través del espacio para comentarios, de que fuera un medio que ejerciera un periodismo independiente. El resto de la nota constituye una transcripción de la noticia mencionada anteriormente.

Cabe señalar que en ese entonces cualquier persona estaba habilitada para opinar, ya que no había, como actualmente, un registro de usuarios. El interesado sólo debía colocar su nombre o un nick y su correo electrónico, pudiendo agregar también, en caso de que tuviera, su blog o página web. Además, el mensaje debía llevar un título y podía incluir contenidos multimedia tales como fotografías, mapas y videos de YouTube. El lector contaba, a su vez, con la posibilidad de previsualizar un modelo del texto acabado antes de publicarlo. Ninguna de estas herramientas se encuentra disponible actualmente en el módulo de comentarios de Mdz.

Todas las especificaciones realizadas anteriormente sobre el antiguo espacio de participación pueden apreciarse en la siguiente imagen:

Imagen N° 14: Vox populi, vox dei del 22 de diciembre de 2007



VOX populi
vox dei

Donde vos también escribís los que pensás

Maximizar

El escándalo sexual de las maestras correntinas está dando vuelta al mundo

¿Creés que es sólo un caso aislado o la conducta de muchas docentes argentinas es muy cuestionable?

Título*

Descripción*

Se pueden incluir videos de [YouTube](#) fotos, mapas. [Ver ayuda](#)

Nombre*

E-mail*

Tu Blog/Web

Acepto las [Reglas y condiciones](#)

» CANCELAR » PREVISUALIZAR » PUBLICAR

[Ver comentarios \(34\)](#)

Fuente: registro propio. Extraído el 22/10/15.

Es necesario destacar que la herramienta interactiva Vox populi, vox dei figuraba tanto en el home del diario como en el interior –en el extremo derecho– de cada artículo. En el primer caso, coincidente con la imagen N° 14, hacía las veces de un foro de debate, ya que el medio formulaba una pregunta respecto de algún tema de actualidad e invitaba al público a compartir su punto de vista al respecto. En el segundo, se colocaba el título de la noticia y, debajo del mismo, la pregunta “¿Qué opinás de esta nota?”.

Los comentarios presentaban la misma tipografía que el cuerpo de la noticia, aunque no eran publicados debajo de ella. Quien deseara ver qué opiniones había merecido el artículo debía clicar el enlace Ver comentarios, ubicado en el extremo inferior de Vox populi, vox dei. Automáticamente, se lo redirigía hacia donde estaban albergados todos los mensajes que el mismo había recibido. Dicho juego con la hipertextualidad de los documentos digitales no continúa vigente, ya que los mismos figuran debajo de la nota. En ese entonces,

Tal como sucede en la actualidad, tanto en el home del diario como en el interior de los artículos se indicaba la cantidad de intervenciones que los mismos habían tenido. En la portada de Mdz, debajo de cada título se colocaba a modo de enlace las frases “Comentar esta noticia”, en caso de que nadie lo hubiera hecho, o “Ver comentarios”, acompañada por el número de réplicas entre paréntesis que tuvo la nota. Dentro de la noticia, ambas se ubicaban debajo del texto y en su Vox populi, vox dei sólo “Ver comentarios”, en el extremo inferior derecho del mismo, debajo del botón publicar.

Con motivo de las elecciones de 2007, el periódico dio a conocer el 27 de octubre de ese año que adheriría a la veda electoral y que, por tal motivo, los mensajes con contenido político, fueran positivos o negativos, no serían dados a conocer. La justificación que se proporcionó era que se pretendía que cada cual deliberara individualmente a quién votar. Indagando en los archivos del diario, se advirtió que esta acción fue llevada a cabo sólo en dicha ocasión.

Tres meses después de su nacimiento y con motivo de la agresividad de los foristas, Mdz se vio en la necesidad de comunicar que sería más estricto al momento de aprobar un mensaje. En un artículo del 27 de noviembre, el medio reflexiona sobre la violencia verbal de sus usuarios y considera innecesario el maltrato, ya que, a su juicio, es posible disentir sin agraviar y opinar sin acudir a

exabruptos. Se aclara, además, que el rechazo es hacia los comentarios que expresan maltrato, violencia, descrédito o ataques que vulneran la moral ajena, no hacia aquellos dotados de humor, ironía, sarcasmo y corrosividad.

El público no tardó en manifestarse al respecto. En el foro de la nota, pueden apreciarse opiniones tanto a favor como en contra de ella e, incluso, recomendaciones a tener en cuenta al momento de la moderación. En la siguiente imagen, podrán apreciarse algunas de las manifestaciones al respecto.

Imagen Nº 15: Opiniones de lectores

Jueves 29 de Noviembre de 2007 04:13

Desacuerdo

por Rodolfo

Estoy en total desacuerdo con la medida tomada por Uds, no se puede coartar la libertad de expresión, aunque la misma incluya palabras o expresiones que sean violentas, simplemente es la expresion de la gente, con mas o menos altura, con malos o buenos vocablos, con frases poco felices quizás, pero es la UNICA manera de que se exprese el pueblo!!!, seguro esto molesta a varios y por consiguiente al mismo diario que toma partido por unos u otros (gobernantes, empresarios, etc), con esta medida se filtran mensajes igual que en otros medios periodísticos y pierde sentido cualquier comentario o critica que el pueblo todo realice !!! En pocas palabras es POCO SERIO !!.

La medida que deberían tomar seria reemplazar las palabras inadecuadas según uds, por simbolos o asteriscos o cualquier cosa (como muchas revistas) , pero jamas se debe omitir, censurar o cambiar la opinion del pueblo, es un derecho supremo !! En mi entender esto hace que el periódico digital MDZ, PIERDA CREDIBILIDAD!!!

Link permanente: <http://www.mdzol.com/mdz/voxpathuli/16557>

.....

Miércoles 28 de Noviembre de 2007 21:42

ME PARECE BIEN

por Socialdemócrata

He leído los 38 (hasta ahora) comentarios y coincido con casi todos. Sobre todo, con el Sr. Víctor. Gracias por dejarnos participar. Si he ofendido a alguien pido disculpas. Sólo pido a MDZ que las publiquen sin dejar pasar más de 5 minutos. De lo contrario, pierden relevancia e interés. También impide que sea contestada por alguien interesado en replicar. Además, recuerdo que SÍ me han censurado algunas veces pero no por insultar. Algunas opiniones directamente no me las publicaron. Ignoro el motivo.

Link permanente: <http://www.mdzol.com/mdz/voxpathuli/16499>

.....

Fuente: registro propio. Extraído el 22/10/15.

Dicha publicación tuvo tal repercusión –obtuvo 41 comentarios-, que tres días después Ulises Naranjo, por entonces director periodístico, escribió una nota exponiendo los puntos centrales de las opiniones vertidas por el público en la noticia ya mencionada y elaborando conclusiones al respecto. El autor se vio en la necesidad de dejar en claro que la medida no perseguía la limitación de las

posibilidades de expresión, sino su regulación a fin de evitar injurias, agravios, acusaciones y denuncias a personas ajenas a la organización.

Tal impacto tuvo el artículo sobre la decisión de Mdz de bajar el nivel de tolerancia al momento de aprobar un mensaje que el 20 de diciembre de 2007 Víctor Esains, analista de sistemas, publicó una columna ofreciendo su punto de vista respecto de las normas de uso de los espacios abiertos a comentarios de los lectores. Reflexionando sobre ellos, propone un pentálogo de consejos sobre cómo participar adecuadamente en los foros, en el cual sugiere cuidar el lenguaje, la gramática y la ortografía; leer todos los comentarios precedentes, ya que considera que las opiniones reiterativas o descolocadas propician la burla o la admonición; no hacer spam; no utilizar insultos y, por último, ser generoso con quien se coincide y mesurado con quien se disiente.

“Democracia digital: ¿participación o violencia on line?” es el título de una columna de Marcelo Padilla, publicada el 4 de febrero de 2008. El autor, quien se destaca por polemizar habitualmente con los lectores, según el apartado Acerca de Mdz online, invita al público a debatir sobre la interactividad de las propuestas digitales y la agresividad presente en los comentarios de las notas. Padilla brinda su propia opinión al respecto y considera que, aunque el anonimato es una condición fundamental para una participación libre, muchos usuarios se valen de él para burlar las reglas de convivencia democrática y de respeto por las ideas para atacar, a veces sin sentido, a foristas y periodistas.

Como puede apreciarse, desde su nacimiento, la preocupación de Mdz por garantizar la interactividad no sólo gira en torno de la creación de diversos espacios de participación para el lector, sino también de velar por una convivencia no agresiva. La publicación de editoriales y columnas respecto de las formas de expresión y los aportes de los foristas comenzó durante los primeros meses de vida del diario y es una práctica que continúa hasta la fecha.

También, el medio ha optado a lo largo de su historia por utilizar notas como vía para comunicar que se realizará alguna modificación en el espacio destinado a que los lectores envíen sus opiniones. Tal fue el caso del artículo “MDZ ingresa en el sistema de registro de lectores”, publicado el 25 de septiembre de 2008, a través del cual se comunicaba la nueva modalidad, vigente hasta la fecha, que adoptaría el foro. Inicialmente, tal como puede apreciarse en la imagen N° 14, el

interesado debía completar los campos obligatorios nombre e e-mail para identificarse al momento de comentar. Con la modificación emprendida, comenzó a solicitársele a la persona que se registrara con sus datos personales básicos para crear el usuario desde el cual participaría.

Imagen N° 16: Nuevo diseño de Vox populi, vox dei



The image shows a web form for registration on the 'Vox populi' website. At the top, the logo 'Vox populi' is displayed with the tagline 'Vox dei' underneath. Below the logo, there is a 'Maximizar' button. The main heading of the form is 'MDZ ingresa en el sistema de registro de lectores'. The form contains two input fields: 'Título' (Title) and 'Tu opinión' (Your opinion). Below the 'Tu opinión' field, there is a note: 'Se pueden incluir videos de YouTube, fotos, mapas. Ver ayuda'. At the bottom of the form, there is a '» SIGUIENTE' button and a link to 'Ver comentarios (31)'. A footer note states: 'Los mensajes son premoderados. Las opiniones publicadas no implican que las mismas correspondan a la opinion de este diario.'

Fuente: registro propio. Extraído el 23/10/2015.

Respecto de la nueva modalidad, vigente hasta la actualidad, el medio realiza dos aclaraciones que permiten comprender cómo opera. Por un lado, la información proporcionada, según se especifica, integra una base de datos confidencial, dado que no se encuentra ni siquiera a disposición de la redacción. Por el otro, se destaca la continuidad del anonimato de los foristas, ya que si bien resulta necesario que acrediten su identidad al registrarse, no es obligatorio que sus nicks sean sus nombres verdaderos, sino que pueden apelar a seudónimos.

La apariencia del espacio para comentarios es otro de los cambios introducidos de la mano del nuevo requisito. A simple vista, puede apreciarse que el encabezado donde figuraba parte del rostro una caricatura, el nombre del espacio

y la frase “Donde vos también escribís lo que pensás” fue reemplazado por otro donde sólo se encuentra la denominación del mismo. Además, se eliminaron los botones cancelar, previsualizar y publicar. En cuanto a los campos nombre, e-mail y blog/web, era posible acceder luego de presionar en siguiente. En el extremo inferior, se incorporó como aclaración que los comentarios serían premoderados y que la publicación de los mismos no implica que las opiniones en ellos vertidas fueran compartidas por el medio.

Teniendo en cuenta que la nota fue redactada utilizando el formato propio de una carta, dado que es introducida por la frase “estimados lectores”, puede apreciarse que Mdz se dirige a su público directa y explícitamente. La decisión de estructurar el texto de dicho modo refleja que la empresa, como reconoce en el artículo, apuesta a fortalecer y hacer más fluida su relación con el mismo. La opinión de los usuarios, principales afectados de la medida, no tardó en llegar. Algunas de ellas podrán apreciarse en la siguiente imagen:

Imagen Nº 17: Opiniones sobre el registro de usuarios

Jueves 25 de Septiembre de 2008 18:55

Sistema de registro de lectores.

por adivina

asi que a partir de mañana van a tener una base de registros de usuarios.

me parece que diario uno, y los andes ya lo tienen ja.

asi que con esto se evitan injurias? o con esto buscan injurias?

tambien hace falta que pongamos autorizacion de mama y papa para registrarnos en caso de que seamos menores de edad?.

el bono de sueldo sirve como registro.

Link permanente: <http://www.mdzol.com/2008/09/25/voxpathuli/115655>

Jueves 25 de Septiembre de 2008 18:35

Excelente!!!

por Carlos H. Carrillo

Es bueno tener un medio aque nos permita expresarnos asumiendo la responsabilidad que corresponde. Se puede decir lo mismo sin agraviar ni palabras injuriosas. Excelente porque será más confiable y creíble. Mis felicitaciones sinceras.- Carlos

Link permanente: <http://www.mdzol.com/2008/09/25/voxpathuli/115647>

Fuente: registro propio. Extraído el 24/10/15.

Los dos comentarios ejemplifican las posturas que dividían al público en relación a la nueva modalidad que se implementaría. Muchos de ellos denunciaban que el registro de usuarios acabaría con aquello que caracterizaba al foro: la espontaneidad y los comentarios de lectores esporádicos. Incluso, hubo quienes anunciaron que dejarían de leer el diario a causa de la medida y quienes temían por el tipo de datos personales requeridos para obtener una cuenta. Las opiniones a favor, por su parte, se asemejaban a las vertidas por Carlos H. Carrillo en su mensaje (ver imagen N° 17).

A fines de 2008, Gabriel Conte escribió un artículo para destacar la participación en el periódico. En el mismo, reflexiona sobre las notas con mayor cantidad de comentarios a lo largo del año y aquellas que habían dado lugar a debates polarizados y ricos en contenido. Dentro de los ejemplos que incluye, se destaca como un tema duro el aborto, uno de los tópicos que, por referirse al ámbito de la salud, fue tomado en consideración en la presente tesina.

En septiembre de 2009 se produjo un cambio en el diseño y la disposición de las intervenciones de los lectores. Al ingresar a una noticia, si bien permanecía el enlace “Ver comentarios” dentro de Vox populi, ya no era necesario hacer clic en él para poder leer los mensajes de los usuarios. A partir de ese momento, los mismos también podían ser apreciados debajo de la nota, ubicación que actualmente presentan. Allí también se encontraba el hipervínculo “Comentar esta nota”, que al ser presionado trasladaba al espectador a Vox populi –en el extremo superior derecho de la página, alineado al título del artículo-. Por ese entonces, la plataforma que contenía dicho espacio también incorporó el botón Regístrate y le solicitaba al lector que completara los campos título, tu opinión, usuario y contraseña para poder publicar.

Imagen N° 18: Nuevo diseño de Vox populi en el home



Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

A fines de dicho año, también sufrió cambios la apariencia de Vox populi en el home del diario, ya que sólo se enseñaba la pregunta propuesta por Mdz para que debatir. Quien deseara intervenir, debía clicar allí para redirigirse al sitio donde figuraban todas las respuestas y se hallaba el habitual espacio para introducir comentarios.

El 25 de marzo de 2010, tal como había hecho en otra oportunidad, el medio cuestionó el modo que utilizan los lectores para manifestarse. El texto comienza mencionando la importancia de haber establecido un registro de usuarios, dado que a su criterio le otorgó fuerza a las opiniones de cada uno. Luego, reconoce que los comentarios son el valor agregado de las noticias y le solicita al público que, por tal motivo, se exprese apropiadamente, ya que considera que los mensajes agraviantes no constituyen ningún aporte al debate de ideas. En este sentido, anuncia que los mensajes que presenten insultos, agresiones y descalificaciones no se publicarán y que se comunicará con los foristas a la cuenta de e-mail que los mismos proporcionaron para corroborar sus datos personales.

El artículo obtuvo 81 opiniones, lo que permite llegar a la conclusión de que nuevamente el cuestionamiento del diario a sus lectores constituyó un tema convocante y significativo en términos del vínculo entre ambos actores. Tal como sucedió en ocasiones anteriores donde Mdz realizó algún anuncio o transmitió su punto de vista sobre la participación en los espacios para comentarios, muchos usuarios calificaron la medida de censuradora, mientras que otros acompañaban su decisión.

El mismo día, el periódico hizo otro anuncio en relación a los foros: los debates de ediciones anteriores propuestos por Mdz en Vox populi, vox dei se pondrían a disposición para que los interesados en participar en ellos pudieran hacerlo.

En mayo de ese año, el diario dio a conocer que habría una nueva sección destinada a recopilar los mejores y peores posteos de los foristas en relación a los temas más destacados de la semana. La misma estaba cerrada a comentarios – se especifica que sería irónico comentar una columna sobre comentarios-, se editaba sólo los domingos y contó con cuatro artículos, todos ellos escritos por Jorge Hirschbrand. En dicho espacio, el periodista se dedicaba a hilvanar los distintos mensajes al tiempo que analizaba cómo habían sido construidos los

mismos. Incluso, daba a conocer algunos de ellos que, luego de la moderación del foro, habían sido eliminados. El objetivo de tal acción era mostrarle al público la clase de manifestaciones no toleradas por el medio.

En noviembre de 2010, Mdz realizó un almuerzo con cinco comentaristas, cuatro hombres y una mujer. Los participantes habían sido escogidos en un sorteo, al cual se habían inscrito más de 300 lectores interesados. En representación de la empresa periodística, asistieron Orlando Terranova, presidente del directorio; Carlos Ponce, entonces gerente general; Ricardo Montacuto, director periodístico en ese momento, y Gabriel Conte, entonces subdirector. Durante el encuentro, los asistentes dialogaron acerca de la actualidad y debatieron sobre el rol de los foristas en los medios online. Algunos de los argumentos expuestos, volcados en un artículo, versaron sobre la necesidad que tienen las personas de discutir aquellos temas que los repercuten de cerca y reflexionaron sobre la agresividad en las opiniones. La política editorial de establecer un vínculo con el público adoptó de la mano de esta medida un nuevo matiz, aunque desde aquel entonces no ha vuelto a desarrollarse un encuentro de tales características.

Ese mismo mes, Vox populi, vox dei dejó de aparecer diariamente en el home del diario, aunque continuaba presente en el interior de cada noticia. Meses previos, había comenzado a ubicarse el foro más abajo de la posición que habitualmente poseía: antes podía encontrárselo en el sector superior, próximo a las notas principales; después, comenzaron a incorporarse otro tipo de contenidos, como videos del día y fotogalerías, lo que repercutió en su desplazamiento. Se destaca, además, que el tema de debate de dicho espacio en reiteradas ocasiones era propuesto por algún especialista, cuyo nombre se colocaba debajo de la pregunta disparadora.

“Opinar con responsabilidad: ¿deben los medios online permitir los comentarios anónimos?”, plantea Alejandro Frías en una nota del 7 de abril de 2012. El texto reflexiona sobre un artículo de Rem Rieder, por entonces editor de American Journalism Review, quien cuestiona la posibilidad que los medios les proporcionan a sus lectores de opinar sin revelar su identidad. El periodista de Mdz, a propósito de dicho texto, expone su perspectiva sobre la problemática y considera que los insultos, las obscenidades y demás expresiones similares no

sólo agreden, sino que no realizan ningún aporte que permita ampliar la información ni conducir al debate.

El 8 de noviembre de 2012, Mdz renovó el diseño de su página, el cual continúa actualmente. En lo relativo al espacio destinado para la intervención del público en cada noticia, se destaca que el medio cambió la denominación Vox populi, vox dei por módulo de comentarios. Además, tras esta transformación, el foro fue retirado definitivamente del home y no es posible acceder a él a través del buscador del sitio, sino de las ediciones anteriores. En este contexto de variaciones, sin embargo, no sufrieron alteraciones los términos y condiciones, sólo adoptaron el nuevo modo de llamar al foro.

El 30 de enero de 2014, Ricardo Montacuto publicó una columna dedicada a los foristas del diario para solicitarles que cesaran con sus agravios. El motivo de la misma es explicar por qué se había decidido eliminar el foro de la noticia más comentada del día –“Jaliff le pide a Pérez que «se la aguante»”-: la razón que impulsó tal medida fue la cantidad de insultos que los usuarios emplearon para referirse a los protagonistas de la misma.

Imagen N° 19: Respuesta de los lectores a la columna

The image shows three user comments on a newspaper column, each with a rating from 3 to 5. The comments are as follows:

- mendocino** 30 de Enero de 2014 | 18:30 (Rating: 5)
Estimado Sr Ricardo Montacuto me parece perfecta su columna y comentario, pero justamente Uds en este prestigioso diario on line en ocasiones permiten que justamente personal de vuestra empresa como el sr Padilla, haga comentarios sin escatimar en adjetivaciones de muy grueso calibre en contra de los que pensamos distinto con respecto a la verdad absoluta del actual gobierno. Eso también es violencia. Si justamente un opinologo del diario utiliza este medio para atacar al que piensa distinto, que se puede esperar de nosotros los lectores, que le agradezcamos los insultos? O las provocaciones.
- vcc** 30 de Enero de 2014 | 18:28 (Rating: 4)
Excelente, el respeto no disminuye ni le quita importancia al reclamo o la idea.....
- tarzan60** 30 de Enero de 2014 | 18:27 (Rating: 3)
Coincido plenamente con esta nota de Mdz, se puede opinar sin insultar ni juzgar a nadie. Gracias a este medio podemos expresar nuestras opiniones y no puede convertirse en una pelea de leones. El insulto y la ofensa no tienen lugar en un debate con altura.

Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Tal como refleja la imagen anterior, la columna cosechó opiniones tanto a favor como en contra de la decisión del medio. Quienes apoyaron la medida destacaron

que manifestarse sin apelar a la agresividad es posible e incentivaron a sus pares a expresarse adecuadamente. Quienes, por el contrario, consideraron que el acto fue errado se empararon, en general, en la libertad de expresión y calificaron de censura la medida. También, hubo usuarios que si bien coincidían con el diario, lo cuestionaban por contar con periodistas como Marcelo Padilla que recurren habitualmente a los insultos y descalificaciones para comunicarse.

Días más tarde, Mdz les agradeció a sus lectores por la cordura de sus comentarios. En el texto, se reflexiona sobre la nota de Montacuto y se recogen algunos de los mensajes volcados por el público en el artículo “Encuesta MDZ: ¿A quién votarías para presidente?” para reflejar que es posible lograr debates constructivos.

En 2015 el periódico se vio en la necesidad una vez más de explicar por qué elimina ciertas intervenciones por parte de los lectores: el medio, según declara allí, no publica los comentarios en los que se insulte, agravie, denueste, discrimine o inculpe a una persona. Además, invita a que quien desee expresarse de ese modo utilice sus redes sociales para ello.

A modo de síntesis, en sus ocho años de vida, Mdz ha introducido cambios en la plataforma que le ofrece a su público para manifestarse respecto de una noticia. Modificó la modalidad de los mismos al pasar de permitir que cualquier sujeto pudiera expresarse a poner como condición para ello estar registrado en la página. Varió su diseño y el nombre del espacio, incluso el tipo de contenidos que pueden ser introducidos en ellos. A su vez, desde sus inicios el periódico se ha valido de columnas y editoriales para comunicar no sólo dichas transformaciones, sino decisiones y posturas editoriales relacionadas con aquello que ocurre en sus foros.

4.8.2 Interactividad en Diario UNO online

Tal como se realizó con Mdz online, el presente apartado comenzará describiendo las secciones, los suplementos y los canales que componen Diario UNO online. En el primer caso, se encuentran:

A fondo: la sección cuenta con información de cultura general, por ejemplo, hallazgos científicos, literatura, historia, informática, historia y biología, entre otras temáticas.

Agroclave: el apartado condensa aquellas noticias referidas al sector agropecuario.

Cholunotas: el segmento se aboca a la publicación de artículos relacionados con la farándula local, nacional e internacional.

Economía: como su nombre lo indica, la sección ofrece información referida a la actualidad económica.

Espectáculos: a diferencia de Cholunotas, aquí se encuentran notas referidas a la agenda cultural, programas televisivos, el cine, el teatro y la música.

Mendoza: la sección ofrece información local relacionada tanto con lo político como con lo social.

Mundo: allí se encuentran aquellas noticias referidas al ámbito internacional

Mundo insólito: las notas ubicadas en este segmento narran acontecimientos fuera de lo común que tienen lugar a nivel mundial.

Música: presenta novedades referidas al campo de la música.

País: el apartado contiene información sobre el plano nacional, tanto a nivel político como social.

Policiales: la sección presenta noticias referidas a robos, asesinatos, narcotráfico, accidentes de tránsito y hechos de violencia en general.

Sociales: allí se realiza una cobertura de diversos eventos, tales como muestras, inauguraciones, desfiles, exposiciones y actos de beneficencia, entre otros.

Premios UNO: presenta artículos referidos a los galardones que el medio de comunicación entrega: Premios UNO Escenario y Premios UNO Ovación.

El periódico online cuenta con un único suplemento:

Ovación: se trata del suplemento deportivo del diario, que cuenta con las siguientes secciones: Fútbol, Fútbol Internacional, Fuera de Juego, Boxeo, Tenis, Rugby –al momento de realizarse la presente tesina, la misma era denominada Mundial de Rugby, dado que en ese entonces estaba llevándose a cabo el mismo- y Otros deportes.

Los canales que posee el medio son:

Acción productiva: espacio que alberga aquellos artículos relacionadas con los sectores productivos, siendo el vitivinícola, el automotor y la construcción los más destacados.

Autos: el canal, como su nombre lo indica, proporciona noticias sobre diversos modelos de automóviles. En su interior, se encuentran las secciones Concept Cars, Entrevistas, Lanzamientos, Prueba de autos, Seguridad, Tecnología y Utilitarios y Camiones.

Mujer: el segmento ofrece información que considera de interés para el sexo femenino, distribuida en las secciones: Belleza y Salud, Bodas, Cocina, La Revista, Maternidad, Moda y Relaciones.

Salud: aunque figura en la página web como uno de los canales de Diario UNO online, no es posible acceder a sus contenidos.

Tecnología: ofrece notas sobre diferentes innovaciones tecnológicas.

En cuanto a las herramientas interactivas que el medio de comunicación le ofrece a su público para que participe en su página, se encuentran las siguientes:

Carta de lectores: el público puede acceder a redactar un mensaje ingresando en la pestaña Servicios, donde se encuentra el enlace que conduce a una plataforma que presenta diferentes campos que deben ser completados para poder enviar la carta. Aquellos que obligatoriamente deben responderse son: título de la carta, cuerpo de la carta, nombre y apellido, documento (tipo y número), dirección, teléfono y correo electrónico. Queda a criterio del individuo proporcionar otro número telefónico, su profesión y su cargo.

Redes sociales: Diario UNO online posee cuentas en las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y Google Plus, y un canal en YouTube. Los mismos son promocionados a través de enlaces en la pestaña contactos –no figuran Google Plus ni YouTube, pero se ofrecen los teléfonos de la redacción y el correo electrónico del periódico-. Además, puede accederse a ellos por medio de botones tanto en el extremo superior derecho de la página -se publicitan todas las cuentas- y en el extremo inferior –sólo se encuentran Facebook, Twitter y YouTube-.

En el interior de cada noticia, se le ofrece al lector la posibilidad de publicar la nota en su perfil de Facebook y Twitter. Para ello, el medio de comunicación dispuso un botón de cada de estas redes sociales, los cuales contienen la palabra “Compartir” acompañada del logo de las mismas.

Imagen Nº 20: Botones para compartir una nota

MENDOZA Lunes, 31 de agosto de 2015

Una conocida diseñadora escrachó en facebook a dos médicos del hospital Español

Uno de ellos es Viviana Bacciedoni, vinculada al caso de Guadalupe Codes, la niña de 9 años que está parapléjica. La denunciante, Carolina Saguan, también apuntó contra el esposo de la médica, Francisco Del Río.

 Compartir

 Compartir

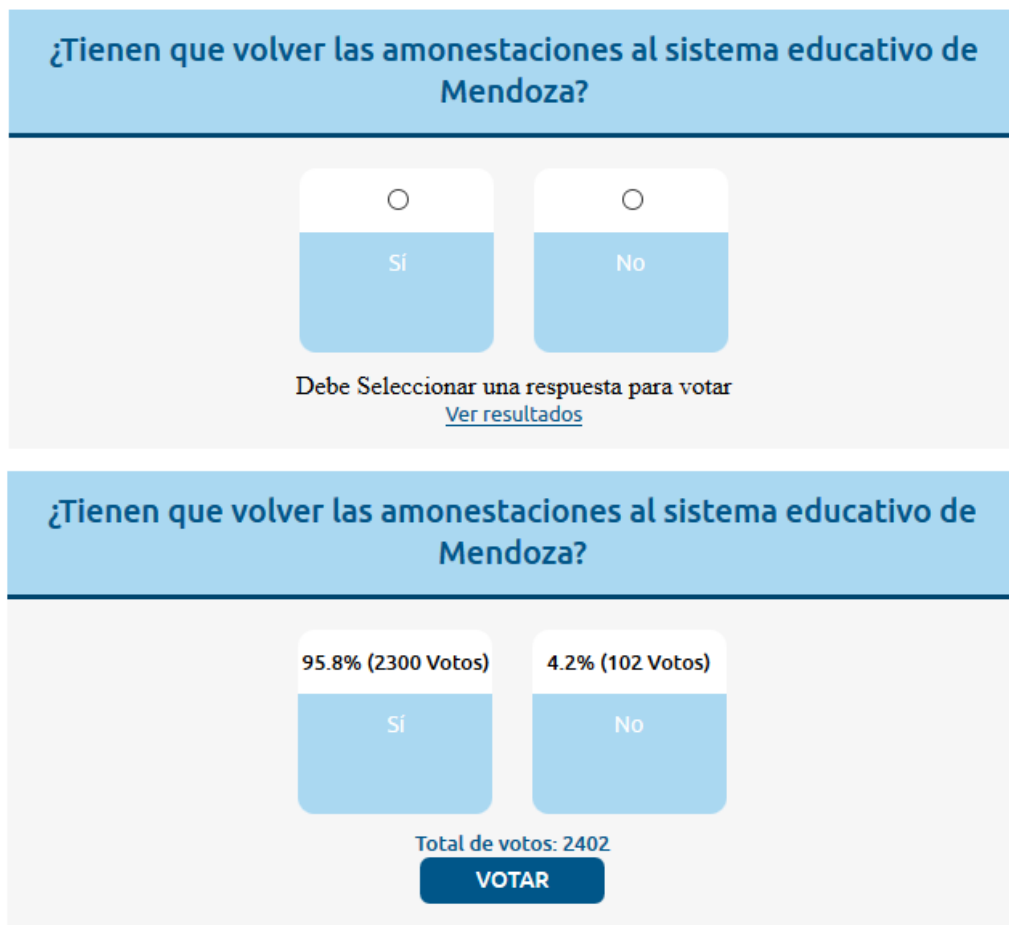
Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Al igual que en Mdz, al presionar alguno de los dos botones se abre una pequeña ventana en la cual se encuentra el enlace de la noticia dentro del campo destinado para que el usuario realice un posteo, donde puede agregar además un comentario respecto del artículo. En caso de que el sujeto no haya iniciado previamente sesión en la red social escogida, se le solicitará que así lo haga para poder publicar su mensaje.

Encuestas: a diario, el periódico publica una encuesta referida a algún tema de actualidad. La misma se construye a partir de la formulación de una pregunta que pueda ser respondida por sí o por no, las dos opciones que se les ofrece a los lectores para escoger. No es necesario elegir entre alguna de ellas para conocer los resultados, que se expresan tanto en porcentaje como en cantidad de votos emitidos, ya que la página web proporciona un enlace que permite apreciarlos directamente.

A diferencia de Mdz, periódico que se nutre de las opiniones de sus lectores en este tipo de espacios interactivos para producir contenidos periodísticos, Diario UNO online no suele valerse de las encuestas que realiza en su página para elaborar noticias.

Imagen Nº 21: Encuesta publicada el 25/10/15



Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Más leídas: tal como se especificó cuando fueron analizadas las herramientas interactivas del periódico Mdz online, el ranking no constituye en sí mismo un espacio que permita la participación del público, pero refleja las preferencias del mismo. En el caso de UNO, sólo se elabora un listado de aquellas noticias que obtuvieron mayor cantidad de visitas.

Esta sección se ubica en el centro de región superior del home del diario y enumera los cinco artículos más leídos. También, se encuentra disponible en el interior de cada nota, en el extremo derecho, pero en este caso la lista se amplía a diez.

Imagen N° 22: Más leídas del 19/10/15

DIARIO

UNO

Lunes 19.10.2015

Secciones ▾ Ovación Servicios ▾ Contactos ▾ Ed. Impresa ▾ Club UNO

MENDOZA AHORA 13 ° C ▾

MENDOZA

Cerraron de nuevo el túnel internacional por otra tormenta con nieve

MUNDO

Una explosión en Río de Janeiro dejó al menos siete heridos y viviendas destruidas

MENDOZA

Peronismo dividido en Mendoza: Paco Pérez podría dejar la presidencia

Ovación

MUNDIAL DE RUGBY

Hourcade: "No estamos a la altura de Australia pero somos capaces de ganarle"

RIVER PLATE

River arrancó la semana con buenas noticias

CHAMPIONS LEAGUE

"Si marco contra el Real Madrid, no celebraré mi gol"

COPA ARGENTINA

Ya se conocen los árbitros para las semifinales de la Copa Argentina

Más Leídas

1. El mal momento que le toca vivir a un ex actor de "Chiquititas"
2. Así reaccionó un padre al ver una foto sexy de su hija en Facebook
3. Una iglesia colonial de 400 años emerge del agua
4. Tevez puso el grito en el cielo y se enojó con sus compañeros
5. ¿Deja la actuación?

Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Se destaca que el hecho de haber formado parte de las más leídas no asegura que una noticia reciba un gran caudal de comentarios. La nota con mayor cantidad de visitas del 19 de octubre de 2015 –“El mal momento que le toca vivir a un ex actor de «Chiquititas»”- obtuvo 401 mensajes. Sin embargo, la del 26 de octubre del mismo año –“Los resultados en las elecciones para gobernador de las 11 provincias”- no recibió intervenciones por parte del público.

Espacio para comentarios: Diario UNO online utiliza Facebook Comments Plugin como plataforma, ubicada debajo del artículo y encabezada por la frase “Dejanos tu comentario”, para materializar la oportunidad que se le brinda al público de expedirse en cada noticia. Se trata de una aplicación perteneciente a la red social que permite, según se establece en la página de la misma, que los lectores comenten los contenidos de un sitio web -en este caso, las notas del periódico- desde su perfil y que compartan, si lo desean, su actividad con sus contactos. Además, le proporciona al medio herramientas integradas de moderación y almacena los mensajes en los servidores remotos de Facebook.

Imagen N° 23: Diseño del espacio para comentarios de UNO

Dejanos tu comentario

0 comentarios

Ordenar por Destacados ▼



Agregar un comentario...

Publicar también en Facebook

[Inicia sesión para publicar](#)

Facebook Comments Plugin

Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Como puede apreciarse en la imagen anterior, la cantidad de mensajes que ha recibido el artículo es establecida debajo de “Dejanos tu comentario”. El sitio no contabiliza el número de respuestas que obtuvieron los comentarios, por lo que, generalmente, las cifras proporcionadas no reflejan todas las interacciones que se produjeron en el seno de la nota. Por otra parte, las opiniones pueden ser ordenadas de acuerdo a diversos criterios, los cuales serán explicados posteriormente.

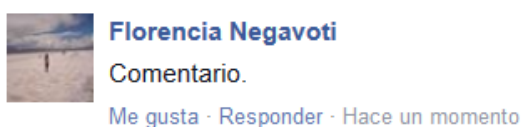
Dado que el diario se vale de la aplicación de Facebook para crear su foro, no posee un registro de usuarios, ya que quien desee intervenir deberá contar como requisito con una cuenta en dicho sitio y haber iniciado sesión en la red social. El medio tampoco ha elaborado un documento con términos y condiciones, ya que la

participación del público se produce a través de una plataforma proporcionada por otra página que posee sus propias bases.

Al describir el módulo de comentarios de Mdz, se intentó crear un usuario falso, pero no fue posible gracias a que no podían validarse los datos proporcionados. En UNO, por el contrario, resulta sencillo valerse de una identidad apócrifa para comentar. Tal como fue mencionado en el párrafo anterior, la persona necesita contar con un perfil en Facebook, por lo que se registra allí –indicando nombre, apellido, correo o número de celular, contraseña, fecha de nacimiento y sexo-, no en el sitio del medio. De ello se desprende que quien posee la responsabilidad de verificar la información proporcionada por el usuario es la red social.

A modo de conocer la modalidad de registro de Facebook, se procedió a abrir una cuenta ingresando allí los mismos datos sobre Florencia Negavoti –sujeto ficticio creado a los efectos de la presente tesina- que habían sido empleados en el otro medio estudiado. Pese a que los mismos no eran reales, el sitio no detectó la presencia de un error y fue posible obtener un perfil. Resulta necesario aclarar, sin embargo, que si bien Mdz requiere que la información proporcionada sea verdadera y UNO, a través de la red social, no, en ambos casos es posible el anonimato. En el primero, porque el usuario puede utilizar como nick tanto su nombre real como algún apodo o denominación que no permita conocer a ciencia cierta su identidad. En el segundo, por lo expuesto anteriormente: el interesado puede crearse un perfil falso en Facebook e interactuar desde él.

Imagen N° 24: Comentario desde perfil falso



Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

En caso de que el sujeto haya ingresado en su perfil información relativa al lugar donde vive, su profesión/ocupación o la institución educativa a la que asiste, los mismos aparecerán a la derecha del nombre sólo en caso de que en la configuración de privacidad dichos contenidos se especifique que son de carácter público. En esa misma ubicación, figurará si se trata de un comentarista destacado, mención que se adquiere en base a la cantidad de Me gusta recibidos.

Otro dato proporcionado en el mensaje es la fecha y el horario en la cual el mismo fue enviado. En el caso de que hayan transcurrido menos de 24 horas, se indica cuántos segundos, minutos u horas han transcurrido desde su publicación. Por otra parte, la fotografía que figura acompañando el comentario coincide con la que el individuo posee en Facebook.

Dado que el medio emplea la aplicación ya mencionada, la tipografía de los mensajes de los usuarios viene predeterminada por la misma, la cual coincide con la que utiliza la red social. En cuanto a la empleada por el medio, se destaca que, al igual que la anterior, no posee serif.

Figura Nº 7: Diferencias tipográficas

Una conocida diseñadora escrachó en facebook a dos médicos del hospital Español

Uno de ellos es Viviana Bacciedoni, vinculada al caso de Guadalupe Codes, la niña de 9 años que está parapléjica. La denunciante, Carolina Saguan, también apuntó contra el esposo de la médica, Francisco Del Río.

Carolina Saguan, quien diseña etiquetas de vinos, publicó en su perfil (para todo público) una foto de Viviana Bacciedoni -la médica que habría cometido el error con Guadalupe- y de su marido Francisco Del Río, quien fuera el médico de la diseñadora y de su padre en 2005 y a quien acusó de también haber hecho mal su trabajo en esa ocasión.



Leonardo Martinez · UVa

rodrigo me gustaria saber si fuera tu hija opinarias igual?

Me gusta · Responder · 4 de septiembre de 2015 20:27

TIPOGRAFÍA SIN
SERIF

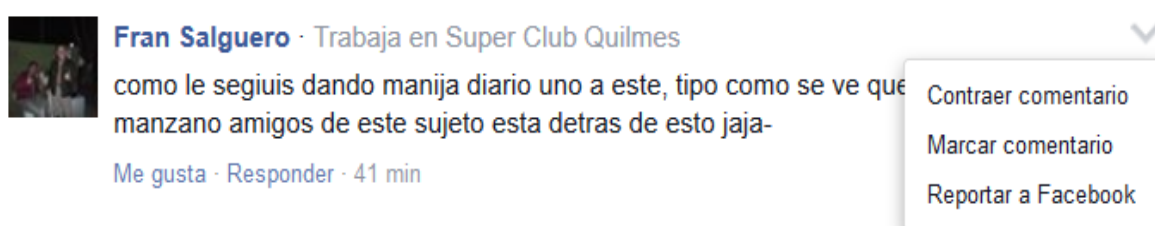
TIPOGRAFÍA PREDETERMINADA,
SIN SERIF

Fuente: elaboración propia, en base a fragmentos de un artículo.

El lector puede realizar varias de las actividades que puede emprender en la red social. En este sentido, puede colocarle Me gusta y responder la intervención de otro usuario (como puede apreciarse en la imagen Nº 24); editar, ocultar o borrar su propio mensaje; etiquetar a una persona y utilizar emoticones, pero no incorporar imágenes y videos. A diferencia de Mdz, en este espacio las URL ingresadas en el texto adquieren un formato de hipervínculo, lo que evita tener que copiar y pegarlo en un buscador para poder acceder su contenido.

En relación a participaciones ajenas, también se permite contraer un comentario, marcarlo o reportarlo a Facebook. En el primer caso, la publicación se oculta para el usuario, aunque puede ver el nombre del autor. La segunda acción les envía un aviso a los moderadores respecto de dicho mensaje para que lo analicen y determinen si debe ser eliminado. En el último, se abre automáticamente el perfil del usuario en la red social y surge en la pantalla una pequeña ventana donde con una serie de preguntas cuyo objetivo es establecer por qué se desea denunciar una publicación.

Imagen Nº 25: Acciones sobre un comentario de otro usuario



Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Entre los ajustes que Facebook Comments Plugin permite realizar, se destacan los siguientes:

- Esquema de colores: el diario puede escoger entre los temas claro, que se aplica por defecto, y oscuro, cuyo fondo es negro. UNO optó por el primero de ellos.
- Número de posteos: por defecto, se muestran diez comentarios. Para acceder a los restantes, debe presionarse el botón “Cargar 10 comentarios más”.

Imagen Nº 26: Botón Cargar 10 comentarios más



 Facebook Comments Plugin

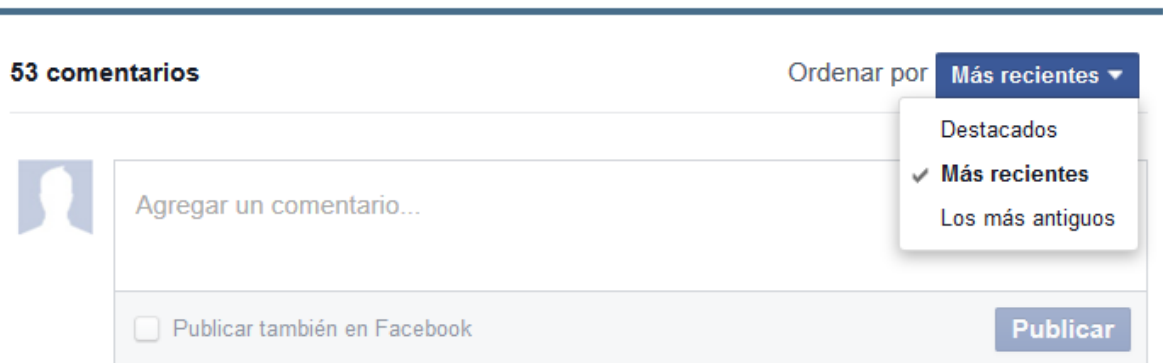
Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

- Ordenar por: los comentarios pueden ser organizados por el lector utilizando los criterios “Destacados”, “Más recientes” o “Los más antiguos”. Por defecto, se encuentran ordenados según el segundo criterio.

“Más recientes” y “Los más antiguos” utilizan como parámetro para organizar los mensajes el factor tiempo. En el primer caso, los comentarios nuevos se colocan al inicio y los antiguos, al final. En el segundo, sucede lo contrario. En cuanto al criterio “Destacados”, Facebook destaca que el plugin utiliza signos sociales –cantidad de Me gusta recibidos y discusiones activas, entre otros- para colocar al principio del listado de mensajes enviados por lectores aquellos dotados de mayor calidad.

Imagen Nº 27: Opción Ordenar por

Dejanos tu comentario



Fuente: registro propio. Extraído el 25/10/15.

Al que sucedió con Mdz, habiendo descripto las características del espacio para comentarios de Diario UNO online, se procederá a analizar cómo evolucionó el mismo desde su creación hasta la actualidad. A diferencia del otro periódico estudiado, el medio perteneciente al grupo Vila-Manzano no cuenta con un archivo de ediciones anteriores, por lo que fue necesario consultar páginas especializadas en documentar páginas web. Concretamente, se acudió a Internet archive (web.archive.org), que a través de su buscador Wayback Machine permite rastrear en versiones anteriores de diversos sitios. Cabe destacar que no posee un registro de todas ellas y que, en algunos casos, presenta el contenido, pero no cómo el mismo se hallaba diagramado.

La participación de los lectores en Diario UNO online no siempre se produjo a través de Facebook Comments Plugin. En sus comienzos, el periódico les ofrecía a sus lectores una modalidad de intervención basada en un sistema de registro. Debajo de cada noticia, se hallaba el espacio Comentarios, donde se le solicitaba al interesado que ingresara su usuario y contraseña (*password*) para hacer posible el envío de su mensaje.

En caso de que el individuo no poseyera una cuenta en el medio y deseara participar, debía acceder a registrarse, donde se le solicitaba que completara una serie de campos con información personal: nombre de usuario, contraseña, apellido, nombre, e-mail, fecha de nacimiento y número de documento. Además, debía indicar si deseaba ser notificado por el diario cuando se realizara algún concurso o se ofrecieran beneficios exclusivos para los lectores registrados. Por otra parte, resultaba necesario que aceptara las condiciones de privacidad/confidencialidad –establecían la responsabilidad del usuario por los datos suministrados al registrarse- y el reglamento del sitio para poder obtener un usuario.

Imagen N° 28: Espacio Comentarios



The image shows a web form titled "COMENTARIOS" with a speech bubble icon containing an asterisk. The form is divided into two main sections. The left section contains a login area with fields for "usuario:" and "password:", a "login" button, and a checkbox labeled "Recordarme". Below this, there are links for "Recuperar la clave" and "Registrarse", followed by instructions: "Ingrese su usuario y contraseña para poder comentar la nota. Si no está registrado necesita registrarse. Su comentario puede no ser publicado inmediatamente." and links for "Reglamento del Sitio" and "Condiciones de Privacidad y Confidencialidad". The right section is a large, empty text area for the comment, with an "enviar comentario" button at the bottom.

Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

El documento Reglamento del Sitio estaba abocado a normalizar el uso de los espacios de expresión y opinión pública ofrecidos por el diario. Para ello, detallaba los términos y las condiciones que debían aceptarse al participar. Varios de los ítems allí expuestos destacaban la prohibición de emplear un lenguaje obsceno, inapropiado y malas palabras; desviarse del asunto o tema propuesto y manifestarse de modo agravante, difamatorio, injuriosas, calumnioso, violento, insultante, instigador a actos ilícitos, inmorales o contrarios a la salud, o con contenido pornográfico. Tampoco se permitía utilizar estos sitios para afectar a una persona o sus bienes formulando expresiones que violaran su honra, privacidad o intimidad; burlarse o actuar contra su voluntad; herir su sensibilidad o suministrar información o imágenes de terceros sin su conformidad. El medio, por su parte, se reservaba el derecho de publicar total o parcialmente los mensajes de los lectores, así como de removerlos.

Imagen N° 29: Comentarios de un artículo del 16/10/09



Comentarios: 20

20 vosmiravos, 16-10-2009 01:42:04

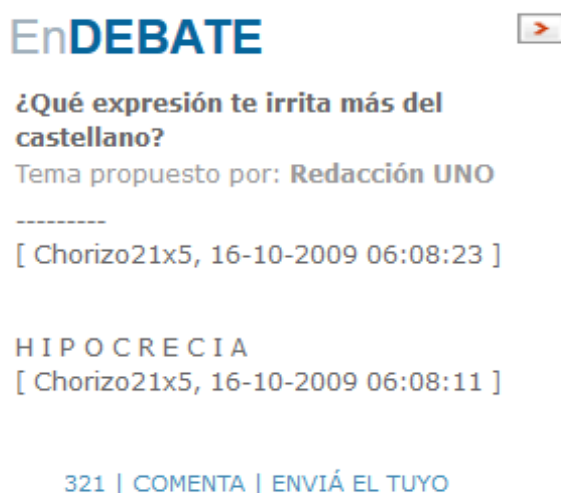
KAKE NO SABE COMO SEGUIR MINTIENDO ESTE CARADURA SE CREE QUE NOS OLVIDAMOS DE LANDETE SU CUÑADO UN CARADURA CON MAYUSCULAS, DE SUS MINISTROS DE CARMONA QUE LO UNICO QUE SE DICE DE EL ES QUE UN TRANSEROS, DEJA DE DIVAGAR, IMPRESENTABLE

Fuentes: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Como puede apreciarse en la imagen anterior, la cantidad de comentarios era especificada en distintos sectores de la sección. Ubicada a la izquierda del encabezado del espacio, se encuentra en azul la cifra que detallaba cuántos mensajes recibió el artículo. La misma figura además debajo de la caja de texto y sobre las intervenciones del público, cuyo orden se encuentra indicado en rojo. Respecto de estas últimas, cabe destacar que la información que se proporcionaba hacía referencia al nombre del usuario, fecha y hora en que se produjo su participación.

Además de contar con la posibilidad de intervenir en el espacio Comentarios, el público podía opinar en la sección En Debate, ubicada en el home y destinada a discutir sobre algún tema propuesto por el medio de comunicación. Tal como puede apreciarse en la imagen Nº 29, el tópico en cuestión era formulado de modo interrogativo. En la portada de UNO, figuraban algunos de los comentarios volcados allí y podía accederse al resto y a la plataforma con la caja de texto para escribir el mensaje –misma de Comentarios- cliqueando el botón que contiene la flecha roja en su interior.

Imagen Nº 29: Foro En Debate del 30/01/10



Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Al presionar el enlace “Enviá el tuyo”, se abría una ventana que contenía una serie de campos -nombre y apellido, tipo y número de documento, dirección y teléfono, entre otros- que el usuario debía completar para proponer un tema a debatir.

El 31 de octubre de 2008 el medio de comunicación creó El Blog De Los Lectores (lectoresdiariouno.blogspot.com.ar), iniciativa impulsada por Mario Simonovich, por entonces jefe de Contenidos Especiales de Diario UNO, dada la formación de una verdadera comunidad en los espacios En Debate y Comentarios. Se especificaba que no estaba destinado a hacer una campaña en contra de alguna persona, efectuar denuncias o difundir ideología. La propuesta pretendía que los usuarios profundizaran en los aspectos de su interés y compartieran historias de vida, fotografías, videos y contenidos que consideraran relevantes.

Imagen Nº 30: El Blog De Los Lectores

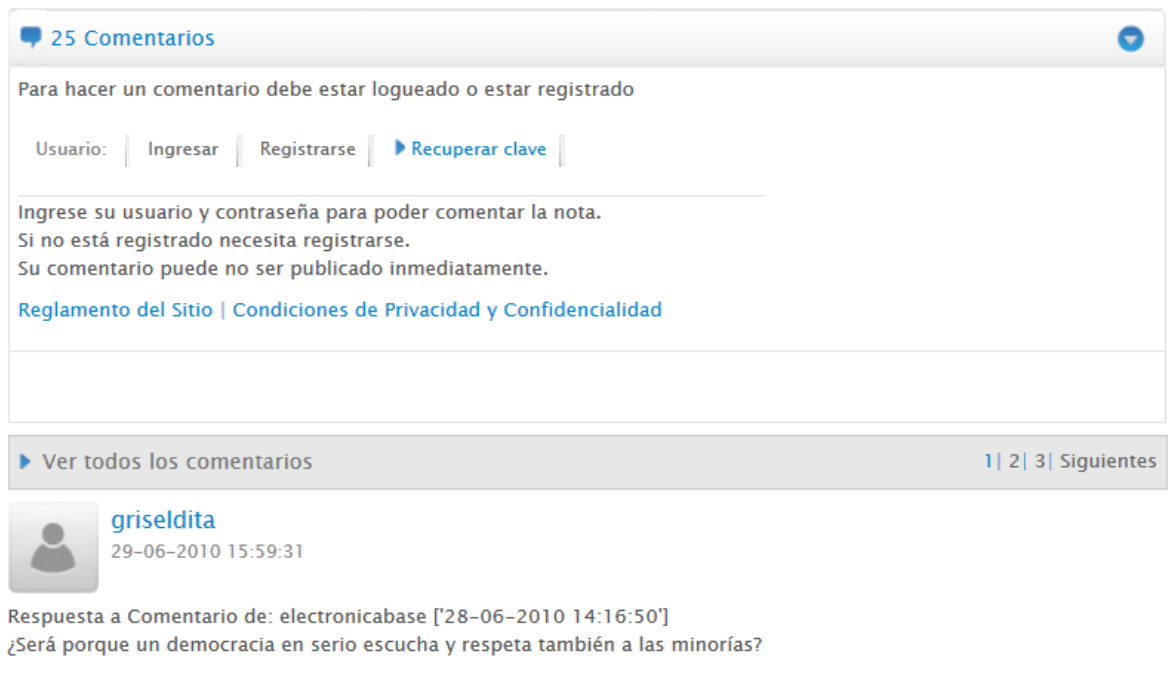


Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Los textos debían ser enviados al correo diunoblog@gmail.com para ser sometidos a un proceso de edición –se controlaba su ortografía y semántica- y luego publicados. En total, el blog contó con 15 posteos, los cuales se encontraban abiertos a comentarios.

Durante la primera mitad de 2010, Diario UNO online modificó el diseño de su página web. Dicha transformación repercutió también en la apariencia los espacios destinados a la participación del público a través de la expresión de su opinión (Comentarios y En Debate).

Imagen N° 31: Nuevo diseño de Comentarios



25 Comentarios


Para hacer un comentario debe estar logueado o estar registrado

Usuario: | Ingresar | Registrarse | [Recuperar clave](#) |

Ingrese su usuario y contraseña para poder comentar la nota.
Si no está registrado necesita registrarse.
Su comentario puede no ser publicado inmediatamente.

[Reglamento del Sitio](#) | [Condiciones de Privacidad y Confidencialidad](#)

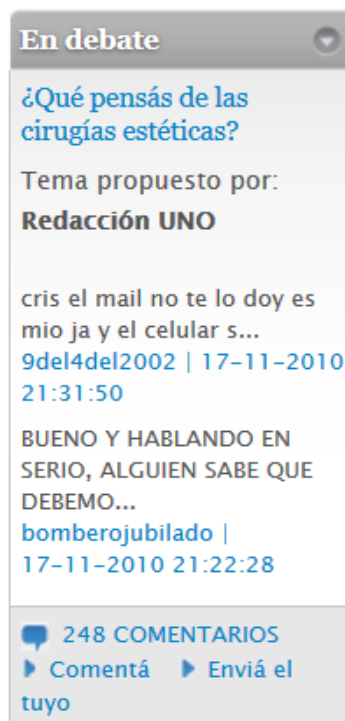
[Ver todos los comentarios](#) 1 | 2 | 3 | [Siguientes](#)

 **griseldita**
29-06-2010 15:59:31

Respuesta a Comentario de: [electronicabase](#) [28-06-2010 14:16:50]
¿Será porque un democracia en serio escucha y respeta también a las minorías?

Fuente. Registro propio. Extraído el 26/10/15.

Imagen N° 32: En Debate, renovado



En debate

¿Qué pensás de las cirugías estéticas?

Tema propuesto por:
Redacción UNO

cris el mail no te lo doy es mio ja y el celular s...
[9del4del2002](#) | 17-11-2010 21:31:50

BUENO Y HABLANDO EN SERIO, ALGUIEN SABE QUE DEBEMO...
[bomberojubilado](#) | 17-11-2010 21:22:28

248 COMENTARIOS
[Comentá](#) [Enviá el tuyo](#)

Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Tal como puede apreciarse en las imágenes 31 y 32, tanto las opciones ofrecidas al lector como los requerimientos que se le realizan para posibilitar su participación continúan siendo los mismos de la versión anterior. La modificación de tales herramientas interactivas se produjo en materia de su apariencia: sería retirado el color rojo del diseño de espacio para comentarios y se adoptaría en su lugar el celeste, tonalidad presente en el logo del diario y, por tanto, representativo de la identidad visual del medio.

A comienzos de 2011, se produjo un nuevo cambio en el diseño del espacio para comentarios y el foro de debate de Diario UNO online. En el primer caso, su diagramación se fue simplificada, ya que se había eliminado del mensaje la ilustración de una silueta de la cabeza (ver imagen N° 31) y, a su vez, distribuía de otro modo los datos relativos a la intervención del lector: el nombre del usuario, la fecha y la hora en que se produjo la intervención figuraban encolumnados a la izquierda, mientras que la opinión se hallaba a la derecha.

Imagen N° 33: Cambios en Comentarios

COMENTARIOS (24)

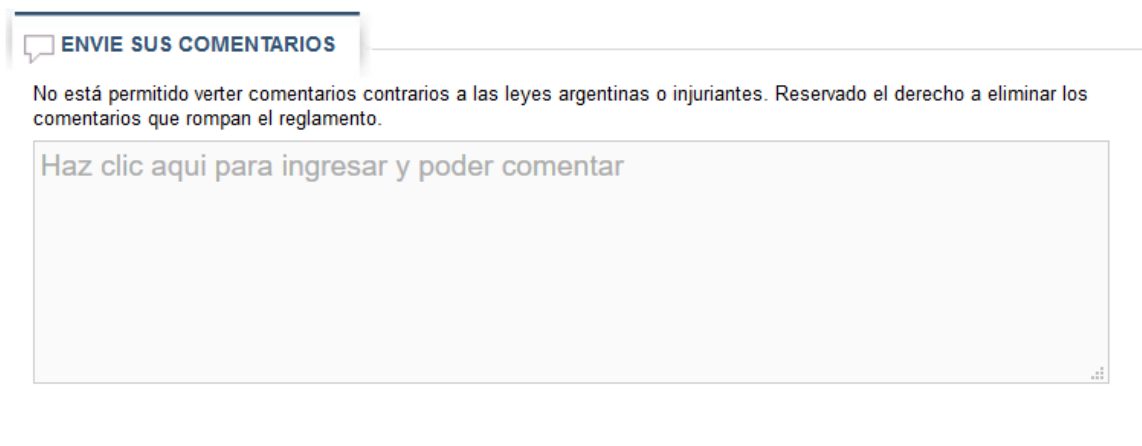
HectorOmar 20-03-2011 12:28:47	Y USTED DON MIRANDA HINCHA DE HURACAN NO TIENE MIEDO POR EL SIDA
HectorOmar 20-03-2011 12:26:28	como le guste que lo abracen srta jaque y su novio como anda o no sabian quietiene novio y esel que decide
herrces 20-03-2011 11:40:34	Celso a mi personalmente me hiciste una promesa en campaña van casi 4 años y nada..
herrces 20-03-2011 11:31:27	La verdad que es una vergüenza se junta para ver como seguir usando la gente disfrutando de una comodidad económica a costa de los trabajadores

Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

En la nueva versión, la caja de texto pasó a ubicarse debajo de los comentarios y no sobre ellos, como sucedía en las dos versiones anteriores y actualmente. Además, reemplazó las especificaciones respecto de la modalidad de participación, los botones referidos al inicio de sesión –ingresar, registrarse, recuperar clave- y los enlaces que conducían hacia los documentos Reglamento del Sitio y Condiciones de Confidencialidad y Privacidad por la siguiente frase: “No está permitido verter comentarios contrarios a las leyes argentinas e

injuriantes. Reservado el derecho a eliminar los comentarios que rompan el reglamento”.

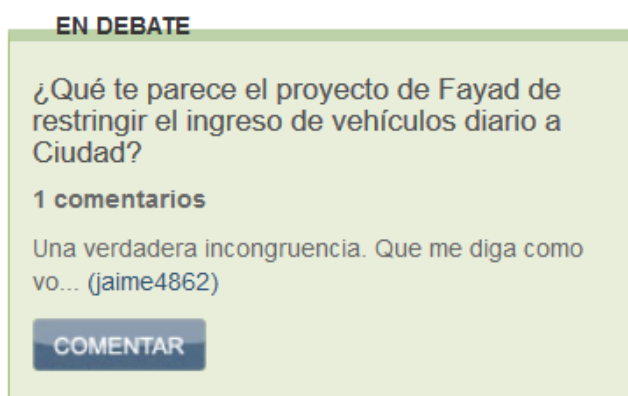
Imagen N° 34: Caja de texto



Fuente: registro propio. Extraído el 26/10/15.

Cabe destacar que a partir de que se introdujo la modificación, comenzó colocarse en el home, debajo de la bajada de cada una de las noticias allí dispuestas, el enlace “Comentá”, que redirigía al usuario al interior de la nota para que se expida allí respecto del tema tratado. En las noticias, también se produjo dicho agregado, con la diferencia de que se denominaba “Comentar” y se hallaba acompañado de la figura de un pequeño globo de diálogo.

Imagen N° 35: Modificación de En Debate



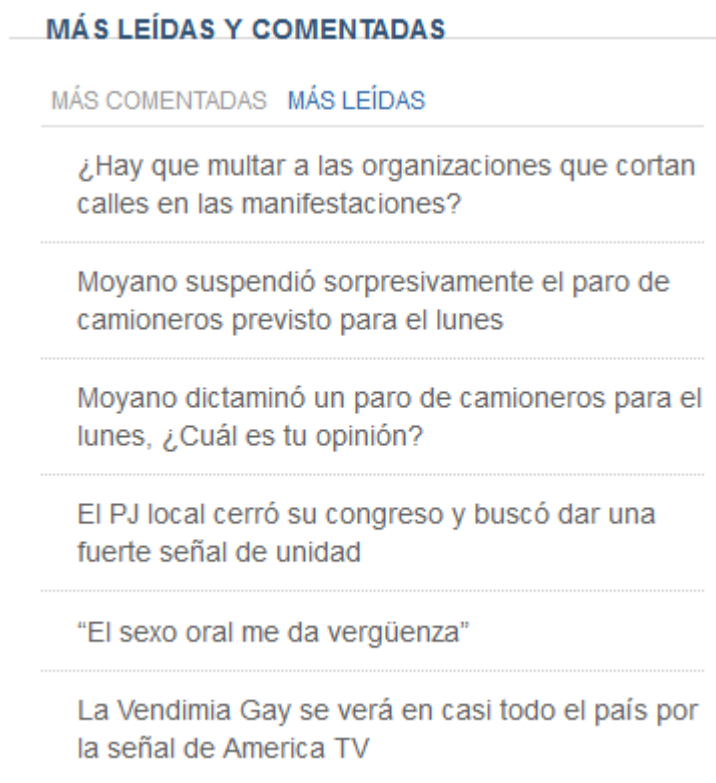
Fuente: registro propio. Extraído el 27/10/15.

Si bien el espacio para comentarios había sufrido cambios, los mismos emparentaban dicha sección del diario con su estilo. En Debate, por el contrario,

al ser rediagramado, pasó a contar con un fondo verde oliva claro, color que favorecía que el foro se destacara entre los contenidos interactivos del home. Además, se había retirado la opción que le permitía al público enviar un tema para su discusión.

A diferencia de la actualidad, en ese entonces la página web de Diario UNO online ofrecía no sólo un ranking con las noticias más leídas, sino también uno con las más comentadas. Ambos listados contaban con seis noticias y se hallaban ubicados en el extremo superior derecho del sitio. Los mismos eran expuestos en un mismo recuadro, por lo que el lector podía acceder a aquel de su interés cliqueando la pestaña correspondiente.

Imagen Nº 36: Rankings Más leídas y comentadas del 23/03/11



Fuente: registro propio. Extraído el 27/10/15.

A comienzos de 2013, Diario UNO comenzó a aproximarse a la modalidad que el espacio que ha destinado a la participación de los lectores a través de la expresión de su opinión posee actualmente. En 2012 había sido retirado del home la herramienta En Debate, por lo que la única posibilidad de manifestarse con sus propias palabras dentro de la página se producía a través de la sección

Comentarios presente en cada noticia. Progresivamente, desde 2010, había ido en aumento la presencia de las redes sociales en el sitio, las cuales con el correr del tiempo cobrarían preponderancia entre las propuestas interactivas. Uno de los avances más significativos que se produjo en este aspecto fue la incorporación en 2013 del Facebook Comments Plugin como alternativa dentro del foro para enviar mensajes en cada noticia. Tal como puede apreciarse en la imagen N° 37, aún se ofrecía la opción de participar través del usuario registrado en el diario. La pestaña Comentarios no presentaba variaciones respecto de la plataforma diseñada en 2011 (ver imagen N° 34), salvo por la eliminación del globo de diálogo que se colocaba a la izquierda de Envíe sus comentarios.

Imagen N° 37: Ingresa Facebook Comments Plugin



Fuente: registro propio. Extraído 27/10/15.

A principios de 2014, el espacio Comentarios fue suprimido de manera definitiva, por lo que el medio de comunicación pasaría a adoptar de modo definitivo la modalidad de participación que posee en la actualidad. Teniendo en cuenta la imagen anterior, el diseño de dicho sitio sólo se vio afectado al retirarse la barra donde se hallaban las pestañas.

En octubre de ese año, Gonzalo Ponce, jefe de Noticias de la versión digital de Diario UNO, publicó una columna donde reflexiona sobre las repercusiones que otro texto de opinión de su autoría –“Muchos chicos de la secundaria están perdiendo el tiempo”- había obtenido y ofrece su perspectiva respecto de los

principales puntos de discusión de las mismas. El periodista destaca que, si bien el artículo había generado debate, adhesiones y críticas aceptables, también había dado lugar a la aparición de agresiones por parte de los foristas. A diferencia de las medidas adoptadas por Mdz ante un caso de similares características, UNO, como explica el autor, decidió que los comentarios permanecieran allí, a disposición de los demás lectores.

El 5 de febrero de 2015 Diario UNO online presentaba el nuevo diseño de su página web, renovación que dio lugar a la apariencia actual del espacio para comentarios. Su director, Juan Quibar, indica en una nota publicada en esa misma fecha que el sitio ha sufrido al menos diez cambios desde sus orígenes, pensados todos ellos para mejorar la experiencia del lector de acuerdo al avance de las tecnologías, los hábitos de consumo y sus propias capacidades de ejercer el periodismo digital. Asimismo, anuncia que el informe de diciembre de 2014 de la consultora internacional Comscore señala que el periódico encabezaba por ese entonces el ranking de diarios online de Mendoza.

El 30 de mayo de ese mismo año, Gonzalo Ponce cuestiona en una columna la contradictoria participación de los usuarios tanto en las redes sociales como en los periódicos online. Concretamente, respecto de este último caso, el autor sostiene que los lectores utilizan los espacios interactivos que los diarios les ofrecen para criticar el medio, insultar a los periodistas y descalificar la nota sin siquiera haber leído el título, pero, al mismo tiempo, acuden a la prensa para hacer visible alguna problemática.

El mismo autor, el 2 de agosto de 2015, tal como había realizado a propósito de uno de sus artículos en 2014, escribió una columna para brindar su perspectiva respecto de las repercusiones que uno de sus textos había logrado entre los usuarios. “Si cada forista violento adoptara un perrito callejero, se acabaría el problema” es el título de la misma, donde critica lo que denomina comentarios violentos y fascistas, caracterizados por contener insultos y descalificaciones hacia su persona basados en su imagen –las firmas de los columnistas se encuentran acompañadas por una fotografía de los mismos-, y amenazas.

4.9 Entrevistas en profundidad

4.9.1 Diálogo con community managers de Diario UNO y Mdz

El análisis realizado recientemente respecto de la evolución de los espacios para comentarios de Diario UNO y Mdz, y las características que actualmente presentan ambos guarda como utilidad la construcción de un contexto en base al cual orientar la comprensión del rol de sus usuarios. Como pudo apreciarse en el apartado anterior, desde su implementación, las herramientas interactivas empleadas por los periódicos digitales abordados sufrieron cambios que condujeron al formato actual de las mismas, formato que condiciona y orienta la participación del lector en los sitios. Si a ello se suma la exposición en la propia página de la postura editorial en relación a ellas, se estará más próximo al entendimiento del vínculo entre los medios y su público.

Para un avance aún mayor en este sentido, se decidió consultar a quienes administran los foros de interés: Ariadna Mannuccia, de UNO, y Rodolfo Pardo, de Mdz. Ambos se desempeñan como community managers, por lo que tienen a su cargo el manejo de las redes sociales de la empresa periodística y la supervisión de la actividad de los lectores.

Mannuccia explicó que, además de lo expuesto anteriormente, su función es generar contenidos multimedia que convoquen al público y lo motiven a ponerle “Me gusta” a alguno de los posteos y compartirlos. Una de las estrategias utilizadas para ello es la elaboración de placas centradas en el tema del día o la semana, según la relevancia que requiera el mismo. Generalmente, esta clase de mensajes, indicó, presentan una buena recepción por parte de la audiencia, que interviene emitiendo comentarios cordiales y afectuosos. El sentido de estas herramientas, además, reside en el interés por fortalecer y personalizar el vínculo con el lector.

También, la community manager se aboca a publicar en el home del diario las noticias elaboradas por la redacción. La elaboración de productos periodísticos propios es exigua, según indicó, ya que el staff se nutre de aquellos elaborados para la versión impresa del periódico. Además, el medio posee una estrecha relación con Radio Nihuil -emisora perteneciente a la misma compañía y cuyos

estudios se encuentran próximos al sitio donde trabajan los periodistas de UNO online-, con quien comparte material y recursos humanos.

Dado que sus funciones demandan una permanente navegación en Internet, se encuentra permanentemente en la búsqueda de contenidos que puedan resultar de interés para la audiencia y aumentar la cantidad de visitas que recibe la página. Ello también le permite colaborar con sus compañeros dándoles aviso de algún hecho que merece ser tratado o proporcionándoles información sobre aquello en lo que se encuentran trabajando.

Por su parte, Pardo indicó que el área Redes Sociales de Mdz, sección que se encuentra a su cargo, actúa en torno a cuatro funciones que se intercalan e interrelacionan. La primera de ellas se basa en la moderación de contenidos, ya que los community managers constituyen visores externos del medio. La segunda se centra en la publicación de noticias en redes sociales con un lenguaje diferente al empleado en el diario. Se pretende aquí titular de un modo más informal para que los cibernautas comprendan fácilmente el mensaje y deseen interiorizarse en la nota. La tercera se aboca a lograr la viralización del material difundido y la cuarta, a aumentar la cantidad de lecturas.

En lo relativo a la moderación de los mensajes introducidos por los lectores en los foros, ambos destacaron que tal actividad implica emprender una supervisión no sólo del contenido de los mismos, sino de las expresiones lingüísticas empleadas para exponer un punto de vista. La community de UNO indicó que en el medio para el cual trabaja lo principal es eliminar aquellos comentarios que contengan insultos y evitar que se desvirtúen los debates que tienen lugar en los foros. También, la posibilidad de cerrar la posibilidad de expedirse en una nota, opción a la que se acude cuando la misma aborda un tema sensible o tiene a los dueños de la empresa y sus allegados como uno de sus actores. Pardo, por su parte, señaló que Mdz no admite publicaciones subjetivas, en el sentido de que no son aceptadas aquellas que se entrometen con una persona o reflejan intereses creados.

Tal como puede apreciarse, ambos periódicos pretenden depurar sus espacios para comentarios en pos de garantizar ciertas condiciones dentro de los mismos. Sin embargo, ambos no cuentan con la misma estructura de trabajo para lograrlo.

Ariadna Manuccia explicó que la transformación que sufrió el foro de un tiempo a esta parte modificó el modo de moderar. Bajo el sistema antiguo, que les solicitaba a los lectores contar con un usuario para poder comentar, se llevaba a cabo una premoderación de los comentarios, ya que los mismos no eran publicados automáticamente, sino que debían pasar por un filtro: el medio debía aprobar su contenido para ser difundidos. Se contaba por ese entonces con una plataforma que recibía todos los mensajes enviados por el público, aunque no especificaba a qué artículo pertenecían los mismos.

Aquel trabajo de control de los textos elaborados por la audiencia quedó en segundo plano tras la implementación de Facebook Comments Plugin, aplicación que ofrece un soporte de moderación, utilizado hoy en día por los community managers. Actualmente, cobra gran importancia la participación que los usuarios presentan en dicha plataforma. Dado que allí se les brinda la posibilidad de denunciar alguna publicación y marcar un comentario para su supervisión, su papel en el control de los contenidos resulta crucial. Manuccia destacó en este sentido que en ocasiones reciben en las redes sociales mensajes privados de lectores que denuncian a quienes intervienen agresivamente en los foros. Dicha advertencia es tomada en cuenta, ya que se procede a corroborar que efectivamente esto suceda así para determinar si es necesario bloquear a los autores de los textos ofensivos.

En cuanto a cómo se lleva a cabo dicha tarea en Mdz, Pardo detalló que el medio cuenta con moderadores que operan en diferentes turnos y controlan todo tipo de contenidos.

Ninguno de los medios analizados cuenta con estrategias para atraer a los usuarios a realizar comentarios, sino más bien para aumentar el flujo de visitas. Podría establecerse, sin embargo, una relación entre ambos aspectos, ya que el ingreso a la nota es el primer paso para emitir una opinión respecto de la misma. Mientras que en Mdz existen criterios preestablecidos que orientan el accionar de los community managers de modo tal que no se perciban las diferencias entre unos y otros, en UNO esto sí puede apreciarse. Manuccia explicó que ella, que se desempeña en el turno mañana, y su compañero, Fabricio Panella, quien trabaja en horas de la tarde, poseen distintos modos de encarar su función. Mientras que ella procura utilizar un estilo informativo y formal para presentar las noticias en las

redes sociales, medio a través del cual gran parte de los lectores ingresa a los contenidos periodísticos, Panella opta por intrigar al público a través de títulos incompletos que juegan con su expectativa y curiosidad.

Pese a la necesidad de sostener cierta cantidad de ingresos a la página, Pardo considera que es un error grave colocar como objetivo primero la generación de lecturas, ya que se pone en riesgo la utilidad de los contenidos ofrecidos. Además de cuestionar la estrategia empleada por Panella para lograr tal finalidad, agregó que ciertos medios de comunicación, sin especificar cuáles, generan usuarios falsos para comentar con agravios las noticias, lo cual promueve la reacción por parte del público y, de este modo, poco a poco se logra viralizarlas.

El target de ambos medios presenta diferencias significativas, de allí que se comprenda que optan por hacer hincapié en determinados productos informativos para responder a las necesidades y preferencias de sus públicos. Dicho panorama repercute del mismo modo en las propuestas interactivas de cada uno de ellos, ya que sus lectores, particularmente en relación a los espacios para comentarios, no participan del mismo modo. Mientras que en UNO las secciones más comentadas son Policiales, Deportes (sobre todo aquellos hechos del ámbito futbolístico) y Cholonotas, en Mdz el mayor número de intervenciones se produce en Política, temática señalada por Mannuccia como la de menor interés para los foristas de su diario.

Ambos community managers fueron consultados acerca de las críticas que los lectores realizan en los espacios para comentarios respecto del tratamiento informativo. Según Pardo, suele cuestionarse al autor de los artículos y los entrevistados. Además, señaló que reciben sugerencias y reclamos sobre cómo les gustaría que cierta problemática hubiera sido abordada. Por su parte, la periodista de UNO destacó que, frecuentemente, es cuestionado el trabajo de su compañero –Panella- debido a la metodología que utiliza para atraer al lector. También, indicó que los usuarios reclaman censura cuando se publican fotografías de mujeres con pocas prendas de vestir o aquellas que contienen cadáveres o heridos. Generalmente, indicó, cuando se percibe que un sujeto presenta una postura negativa sobre el trabajo del diario, se lo invita a que deje de seguirlo.

En cuanto a la agresividad por parte de los foristas, Rodolfo Pardo le atribuyó esta problemática a la ausencia de un marco legal que permita regular la participación tanto en redes sociales, consideradas por él la cloaca de la sociedad, como en los espacios para comentarios de los medios de comunicación. El anonimato y la falta de reglamentación contribuyen a que los cibernautas recurran a un lenguaje ofensivo y hasta violento para expresarse, ya que, según su opinión, no se ha legislado para exigir que en la red los individuos se manifiesten con educación.

A modo de establecer una aproximación al tipo de artículos seleccionado para la presente investigación y obtener la perspectiva de quien a diario convive con la participación del público, se decidió consultar Mannuccia sobre los comentarios que realiza la audiencia en base a notas referidas al ámbito de la salud. La community indicó que en problemáticas puntuales, como eutanasia o aborto, la gente opina desde su postura. Además, señaló que es frecuente que los mensajes no guarden relación con la noticia, sino con la postura de otro forista. Por otra parte, destacó que más allá de la temática es frecuente que las conversaciones se desvirtúen cuando los usuarios comienzan a cuestionarse entre sí por la ortografía o haberse expresado mal y hallar personas que no comprendieron de qué se trataba la información.

4.9.2 Entrevista a especialista en periodismo digital

Analizar los espacios para comentarios implica analizar también el contexto en el cual los mismos se presentan: los diarios electrónicos. Pocos investigadores se han abocado al estudio de los que se encuentran en Mendoza, por lo que existen profundos vacíos informacionales en relación a ella. Al elaborar la presente tesina, se indagó en diferentes fuentes para extraer datos relevantes que permitieran construir la evolución de Mdz y Diario UNO. Una de ellas fue el blog Apuntes de Periodismo Digital, abocado a la descripción en profundidad de los medios online de la provincia. Si bien la página no aportó material aplicable a la reconstrucción pretendida, debe destacarse por haber emprendido una tarea que aún se encuentra pendiente en el ámbito académico local.

El autor del blog, Mario Simonovich, es licenciado en Comunicación Social por la Universidad Austral. Dirige Visualdat, una productora de contenidos que

suministra infografías interactivas y animadas, slides y materiales multimedia a diarios online, empresas e instituciones educativas y gubernamentales.

Un hecho no menor a tener en cuenta respecto de su carrera profesional es que se ha desempeñado en los dos medios de comunicación analizados. En Diario UNO, trabajó desde 2007 a 2010 y ocupó las jefaturas de Noticias y Contenidos Especiales, por lo que entre sus funciones se encontraban la producción, edición y publicación de noticias de último momento, y la administración de la galería de blogs, las encuestas y el foro En Debate con los que contaba el periódico en ese entonces. En 2013 arribó a Mdz, donde es periodista, editor y encargado de las infografías interactivas.

Gracias a la experiencia que recibió al trabajar en medios digitales de Mendoza, Simonovich pudo identificar que el origen de los espacios para comentarios en la provincia se remonta al comienzo de la gobernación de Celso Jaque en 2007. Aseguró recordar que el nacimiento de los mismos se produjo en dicha época, dado que la primera avalancha de comentarios para moderar se basaba en insultos al político.

El periodista describió las características de los mensajes escritos por los lectores y destacó que los mismos presentan la lógica de los comentarios de blogs, ya que el dueño de los mismos cuenta con la posibilidad de permitir que todos ellos se publiquen automáticamente o que esto suceda cuando él lo decida. En la prensa online, indicó, sucede lo mismo, ya que los medios cuentan con un administrador: un programa utilizado para escribir notas, cargar fotografías y publicar, entre otras funciones, que incluye un apartado donde figura un listado con los comentarios pendientes. El editor lee los textos enviados por los usuarios y luego decide su publicación.

Simonovich consideró que a nivel local no se ha avanzado en herramientas que permitan modernizar los foros. En su opinión, se trata de un tema no resuelto, en el sentido de que no es posible predecir cómo puede reaccionar un lector ante una determinada noticia. Según su experiencia personal, cuando se borra un comentario totalmente agresivo, el usuario lo percibe y de a poco comienza a escribir mejor, a convertir su enojo en crítica constructiva. Dicha consideración se contrasta con la postura de Rodolfo Pardo, quien sostuvo que sucede lo contrario, ya que puede dar lugar a que el sujeto repela el accionar del diario y recurra a

crear numerosos perfiles apócrifos para manifestarse de modo violento. El community manager de Mdz prefiere trabajar en la educación de la audiencia para disminuir las ofensas.

Consultado acerca de las características de los foristas mendocinos, el editor citó a Marshall McLuhan para describirlos. En su opinión, en ellos se cumple el concepto de plantea que el medio es el mensaje, dado que los usuarios saben qué escribir en cada medio. Citó como ejemplo el caso de Los Andes, donde los comentarios reflejan un nivel cultural más elevado que el resto de los diarios digitales de la provincia, sin embargo, por los nicks utilizados puede percibirse que muchos de quienes participan allí lo hacen también en otros periódicos, sólo que recurriendo a otro clase de lenguaje.

A nivel general, consideró que los rasgos que describen a los foristas locales son la preferencia por hablar mal de otro e insultar. Destacó que a veces realizan aportes interesantes y estimó que se trata de individuos de clase media y media alta con conocimiento de política y, en su mayoría, antikirchneristas.

Simonovich opinó que los espacios para comentarios deben evolucionar en dos aspectos: creatividad y buen diseño de ejecución. Además, remarcó la necesidad de crear comunidades específicas por temas, ya que las mismas permitirían compartir aportes entre especialistas e interesados en una temática. Los medios de Mendoza, planteó, no han llevado a cabo tales emprendimientos, dado que no han hallado una ecuación económica que les permita apostar por proyectos que de calidad e innovación que resignen la cantidad de visitas.

4.9.3 La visión académica

Luego de haber establecido una aproximación hacia los espacios para comentarios desde el punto de vista de la práctica, es decir, desde la perspectiva de quienes se relacionan con ellos por sus funciones laborales, es preciso hacer hincapié en ellos desde la óptica de la academia. Por tal motivo y en base a su especialidad en el campo de la investigación en comunicación, se recurrió a consultar a los teóricos Natalia Raimondo Anselmino y Vicente Fenoll.

Raimondo Anselmino es doctora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR) e investigadora asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Se desempeña como docente

investigadora en la UNR y la Universidad Abierta Interamericana (UAI), e integra el Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y el Consejo Editorial de la revista La Trama de la Comunicación. Es autora de “La prensa online y su público: un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación”, consultado en la presente tesina para la confección del marco teórico.

Vicente Fenoll es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Valencia (UV), institución donde se posee el cargo de docente investigador de la Unidad Docente de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y técnico especialista en imagen y sonido. Además, ha escrito numerosos artículos, algunos de ellos tenidos en cuenta en esta investigación, sobre el trolling y la actividad de los usuarios en los espacios para comentarios.

Para sortear las diferencias geográficas, ya que ninguno de los académicos vive en Mendoza, las entrevistas fueron realizadas recurriendo al programa Skype. Semanas antes de concretarse las mismas, fueron contactados por sus correos electrónicos, los cuales fueron hallados en publicaciones de su autoría en revistas científicas.

Entrevista a Natalia Raimondo Anselmino

En “La prensa online y su público”, Raimondo Anselmino reflexiona sobre el vínculo diario/lector en el periodismo electrónico y analiza los espacios de participación e intervención que el público posee en los mismos. En el texto, pueden hallarse diversas consideraciones respecto de las herramientas que la interactividad brinda. Una de ellas es el espacio para comentarios, sitio en el cual el usuario puede expedirse y manifestar su opinión. En su opinión, esta sección fue incorporada para seguir los desplazamientos de las audiencias.

Según explicó la investigadora, antes de que se produjera el nacimiento de la prensa online, los medios competían con productos de características similares. La competencia se produce por el tiempo de ocio de la audiencia, que es limitado y muy diferente del característico de una década atrás. Entonces, señaló Raimondo, los diarios no sólo rivalizan con otros diarios, sino también con otros espacios en Internet a los cuales se dirige el público.

Los periódicos importantes, indicó la académica, poseen gran cantidad de información sobre la actividad de sus audiencias, ya que contratan consultoras para obtenerla. Si observan que se desplazan a Facebook, Instagram o Twitter, citó como ejemplo, cuentan con dos posibilidades: por un lado, pueden atraerlas a su sitio ofreciéndoles el mismo tipo de productos o similares; por el otro, pueden dirigirse al lugar donde se encuentran e intentar tener presencia allí, que es lo que sucede con los medios y las redes sociales actualmente, explicó.

El surgimiento de los comentarios, detalló, respondió a dicho proceso: los medios observaron que la gente, por el tipo de conducta que presentaba, deseaba expresar su opinión. Para satisfacer dicha necesidad, comenzaron a aparecer los blogs y foros entre 2005 y 2006, período anterior a que surgieran los comentarios en las noticias. Es por por ello que, según indicó, los diarios permitieron esa clase participación en sus sitios. De este modo, la interactividad se añadió a la cadena de valor del producto como plus que se le ofrece a la audiencia y como una herramienta para retener por más tiempo al usuario dentro de la página.

En relación a lo expuesto anteriormente, Raimondo Anselmino explicó que la experiencia del usuario no sólo consiste en leer una noticia, sino también en comentarla, ponerse en contacto con otros lectores y constituir una comunidad dentro del medio, entre otros factores. Los comentarios forman parte de esa experiencia de usuario y hacen que uno pueda retener un poco más de tiempo al usuario dentro de un sitio.

Participar, especificó la académica, no significa necesariamente opinar. Uno de los modos de la participación es la manifestación de opinión, pero puede darse el caso de que un usuario participe denunciando y otro, insultando. Todo ello es posible dado que constituyen diferentes modalidades de la participación.

La investigadora les atribuye a los mensajes escritos por los lectores la fisonomía de un discurso polémico. Dicha polémica se produce porque el propio comentarista polemiza y establece un contradestinatario, categoría propia del discurso político propuesta por Eliseo Verón para hacer referencia a su destinatario negativo.

Dado que se observó que ambos diarios analizados habían reparado en la agresividad de sus foristas, sobre todo Mdz, y elaborado artículos al respecto, se

consultó a la investigadora por su perspectiva acerca de dicha decisión editorial. La académica planteó que el hecho de que los medios se asombraran de que las personas actuaran de ese modo revela un desconocimiento del usuario de Internet. Consideró que resulta interesante relevar por qué ellos creen que el lector de diarios digitales es un usuario con competencias diferentes al usuario en general. El lector online es un usuario de Internet y trae consigo todo lo que implica ser un usuario de Internet, indicó.

En cuanto al control de la agresividad de las audiencias, Raimondo Anselmino estableció que los mecanismos asociados a dicha actividad dependen de cada periódico y su estructura, ya que se debe tener en cuenta la política de participación y recursos humanos que permitan aplicarlos. Pese a reconocer los intentos por menguar la violencia de los usuarios, destacó que no es posible evitar que la misma suceda, porque los usos en Internet son incontrolables.

Entrevista a Vicente Fenoll

Vicente Fenoll se ha abocado, entre otras líneas de investigación, al estudio de la interactividad y la participación en medios digitales. En este sentido, ha analizado comentarios de los lectores de periódicos electrónicos e indagado en la presencia de usuarios trols en los foros.

Debido a su experiencia en investigación, el académico describió los distintos tipos de usuarios. En primer lugar, ubicó a quienes leen la noticia y escriben comentarios sin leer lo que ha publicado el resto de los foristas. Después identificó a aquellos que sí los leen, porque se interesan más por el debate que se genera entre los lectores que por aquello que viene a decir la noticia. Aquí, señaló, suele tener influencia en la reacción del individuo su ideología y si se trata de un tema polarizado políticamente. Por último, definió un tipo de usuario minoritario y muy riesgoso porque muchas veces se apodera del control del sistema de comentarios: se trata de los trols de Internet. Quien hace trolling, en su opinión, recurre a la provocación de manera premeditada, no porque ideológicamente el tema le pueda interesar o porque se haya sentido ofendido, sino que lo hace sencillamente por cortar el debate.

Fenoll explicó que un trol puede manifestarse en cualquier tipo de temas, sean estos complejos o sencillos. Al partir de una actitud provocativa premeditada, se

introducen en un foro para cortar el diálogo racional y dejarse provocar por usuarios que reaccionan de manera negativa en asuntos que están muy polarizados, como pueden ser el aborto o temas políticos. El investigador consideró que es realmente muy sencillo iniciar la chispa que corta el debate.

Una de las dificultades que se presentó en esta tesina fue la de determinar cuándo un comentario que manifestaba rechazo debía ser considerado un mensaje agresivo, en vez de la expresión de una opinión opuesta. El investigador reconoció que al momento de realizar su investigación se enfrentó a la misma problemática, ya que notó que había usuarios que utilizaban estrategias para sortear la moderación, ya que si los comentarios presentan insultos automáticamente son eliminados. Fenoll explicó que comenzó utilizando una clasificación que no le permitía catalogar de modo acabado esta clase de intervenciones y que, luego, dio con otra que respondía mejor a sus propósitos. Esta categorización, según describió, distingue entre quienes hablan de forma cívica, quienes se expresan de modo incívico y quienes se recurren a una manifestación que no es cívica ni incívica, que es utilizada frecuentemente por los trols.

Lo cívico, explicó el académico, tiene lugar cuando se busca el entendimiento con los demás, aunque sea discrepando, sin buscar la ofensa. El lenguaje incívico, por su parte, utiliza insultos y a expresarse de un modo inadecuado. Citó como ejemplo de esto último la postura machista de un hombre o la discriminación racial. Por último, la tercera categoría comprende, según detalló, aquellos comentarios que no recurren a palabras malsonantes para superar el análisis de los moderadores, pero reflejan que la persona no quiere hacer el bien, sino el mal. No es bueno, tampoco es malo, pero que no sea cívico ni incívico, en su opinión, está señalando que esa persona posee malas intenciones camufladas de buenas intenciones.

Respecto de los mecanismos de control más adecuados para combatir la agresividad de los lectores, planteó que el camino es realizar un registro de usuarios en el que realmente se compruebe que sólo una persona puede tener una identidad, la cual debe ser real, no nick.

Fenoll identificó la falta de medios como una de las problemáticas que afectan la efectividad de la moderación. Por su experiencia investigando de medios

españoles, se encontró con que los community managers debían hacer su trabajo como periodistas y, al mismo tiempo, gestionar el ritmo tanto de la noticia como el del funcionamiento de los comentarios. Este panorama contribuye a que no cuenten con el tiempo necesario para eliminar todo lo que pueda llegar a generar problemas, por ejemplo, insultos y amenazas. Para que la moderación funcione adecuadamente, de acuerdo a lo que le explicaron los encargados de las redes sociales de los periódicos que estudió, debería haber una persona dedicándose exclusivamente a ello y contar con la posibilidad de que el autor de la noticia intervenga luego en los comentarios.

En su opinión, hoy en día, por la convergencia que ha habido y la precarización del empleo del periodista digital, resulta difícil que esto se pueda lograr, porque son cada vez menos trabajadores y con más funciones, y cada vez son más los usuarios que escriben comentarios.

4.9.4 Entrevista a Juan Pablo Parapuño, jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza

Juan Pablo Parapuño tiene a su cargo el área de Comunicación del Ministerio de Salud de la provincia de Mendoza. Se decidió contar con sus aportes dado que se trata de un profesional de la comunicación abocado diariamente a la cobertura de hechos relacionados con el ámbito sanitario. A su vez, el organismo en el cual se desempeña provee constantemente a la prensa local de gran parte de la información la información que la misma emplea para elaborar productos periodísticos.

Según explicó, el sector se encuentra dividido en dos facciones. Una de ellas funciona con los jefes de Prensa de los principales nosocomios de la provincia: Hospital Luis Carlos Lagomaggiore, Hospital Central y Hospital Notti. La otra opera con jefes de Prensa propios, por ejemplo, el de Salud Mental y Educación para la Salud, que cuentan con sus propios equipos. En este sentido, el área de Comunicación tiene como objetivo coordinar toda la prensa y la comunicación del ministerio.

Entre sus tareas habituales, según detalló, se encuentra la confección de gacetillas en función de la agenda, donde se tiene en cuenta, por ejemplo, el Día Internacional de la Lucha contra el Cáncer o el Día Internacional de la Fibrosis

Quística. También se contempla la demanda espontánea, que implica la producción de notas estacionales. Citó como ejemplo de esto último el aumento de los casos de dengue en verano y la necesidad de escribir un artículo para concientizar a la población acerca de los recaudos que debe tomar como prevención. Dicha explicación puede trasladarse a la prensa para comprender, al menos parcialmente, los lineamientos que orientan la inclusión de ciertas noticias sobre salud en sus agendas mediáticas.

Para la cobertura de un hecho, explicó Parapuño, el equipo busca a los referentes profesionales de cada área, algunos de los cuales forman parte de programas del ministerio, y hace todo el trabajo periodístico corroborando los datos. Una vez que la información es recaudada, se escribe la nota y, consultando a estos especialistas, se chequean los datos médicos específicos. Una vez finalizado este proceso, el artículo es cargado en la página de Prensa de la institución (prensa.mendoza.gov.ar) y enviado a los medios vía mail, Whatsapp y redes sociales.

El jefe de Prensa de Salud señaló que aquellos medios que no cuentan con grandes redacciones se dedican a copiar y pegar gacetillas para elaborar una nota. Citó como ejemplos de esto a los diarios El Ciudadano, Vox Populi y Sitio Andino. Aquellos que desean ahondar más en la información publicada por la cartera, generalmente, UNO y Los Andes, llaman al ministerio y piden la palabra del especialista para ampliar los datos disponibles.

En casos donde la iniciativa de escribir un artículo tiene su origen en una demanda o algún dato, Parapuño indicó que los periodistas locales arman sus notas en base al sector privado, aunque siempre buscan a alguien que se desempeñe en la función pública para que le brinde la visión del Estado.

El organismo, según señaló, intenta que a todos los temas la prensa local les brinde la misma importancia. Es por ello que, generalmente, trata de que todas las noticias sean publicadas por lo menos en alguno de los medios. En caso de que se detecte que alguna de ellas no ha sido dada a conocer, se refuerzan los vínculos con los periodistas para que la misma sea difundida.

En cuanto a los recursos que deberían ser incorporados por los medios digitales para mejorar la cobertura de hechos relacionados con el ámbito sanitario,

Parapuño hizo hincapié en la necesidad de implementar contenidos interactivos, ya que ayudan a transmitir mejor la información, sobre todo en campañas de concientización y prevención.

4.10 Análisis de los comentarios

Tal como fue anticipado al inicio del presente capítulo, para estudiar los comentarios recolectados de los dos medios de comunicación analizados se utilizó el análisis de contenido, definido por Raymond Colle (2011) como “el conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos”⁶². Por su parte, Juan José Igartua y María Luisa Humanes (2004) consideran que se trata de una metodología cuantitativa que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, conocer su estructura, sus componentes básicos y funcionamiento.

En una primera instancia, se estableció una aproximación a los materiales que se deseaba analizar, es decir, los mensajes publicados por los lectores en los espacios para comentarios de Mdz y Diario UNO. A lo largo de agosto de 2015, se consultó diariamente cada uno de los medios para obtener una visión panorámica de cómo se producen las interacciones de los usuarios en los mismos. Posteriormente, se indagó en los contenidos que ambos periódicos ofrecen sobre el ámbito de la salud, con el objetivo de producir un acercamiento a las temáticas abordadas y los recursos empleados frecuentemente en el tratamiento informativo de las mismas.

Todo este proceso permitió definir los componentes de las intervenciones de la audiencia que se deseaba analizar. De allí surgieron, además, las variables críticas, orientadas de acuerdo con los objetivos de la presente tesina. Las mismas son extensión, contenido del comentario lenguaje y argumentación.

Extensión: aquí se tuvo en cuenta las dimensiones que podían presentar los textos. La definición de las categorías se realizó utilizando como criterio la cantidad de líneas: una línea, dos o tres líneas, cuatro o cinco líneas, seis a ocho líneas y más de ocho líneas. Para ello, fue de suma importancia haber observado

⁶² Colle, 2011, pág. 7.

previamente y durante un período significativo de tiempo los foros, ya que ello permitió reconocer y establecer parámetros para medir la extensión de los comentarios.

Contenido del comentario: para definir esta variable, se tuvo en consideración los objetivos y la hipótesis de la presente tesina. En este sentido, se distinguieron cinco clases de comentarios según su contenido: comentario sobre el hecho noticioso, comentario sobre el tratamiento periodístico, comentario dirigido a otro/s usuario/s, spam y otros comentarios.

La categoría comentario dirigido a otro/s usuarios estuvo desagregada a su vez en: comentario sobre la postura de un/varios usuarios frente al hecho, comentario sobre la postura de un/varios usuario/s frente al tratamiento periodístico, comentario sobre el/los usuario/s, comentario en defensa de lo comentado por otro/s usuario/s sobre su persona, comentario sobre la redacción de otro/s usuario/s, comentario sobre la postura de un/varios usuario/s frente a otro/s usuario/s y otros comentarios

Argumentación: se pretendió establecer aquí si los mensajes escritos por los lectores poseían o no argumentos para sostener la postura en ellos reflejada.

Lenguaje: la variable fue tomada de la investigación realizada por Vicente Fenoll, cuyos resultados fueron expuestos en el artículo “El trol de Internet. Estrategias de los usuarios para controlar el diálogo en los medios digitales durante el juicio de Francisco Camps”, publicado en 2014 en la revista de comunicación digital Dígitos. En dicho texto, el autor reconoce cuatro clases de lenguajes: correcto, mordaz, ofensivo y violento. Esta clasificación permite ahondar en uno de los objetivos de la presente tesina, a saber, describir los lenguajes utilizados por los usuarios para manifestarse agresivamente.

El lenguaje correcto, según indica el académico en su publicación, es aquel que se encuentra desprovisto de expresiones mordaces, ofensivas y violentas. Al momento de analizar los comentarios aquí, se incluyó en esta categoría todo aquel mensaje en el que se utilizaran expresiones neutras para evidenciar tanto posturas a favor como en contra de un tema o situación dados.

El mordaz, por su parte, es aquel que, sin recurrir a palabras malsonantes, es corrosivo e incisivo. Emplea un lenguaje correcto y ausente de descalificaciones

directas, aunque se percibe en él un tono que combina la ironía con la provocación (Fenoll, 2014).

En cuanto al lenguaje ofensivo, cabe destacar que se trata, según el autor, de aquel que se caracteriza por el uso de insultos y descalificaciones explícitas. En la presente investigación, se tuvo en cuenta la presencia de ciertas expresiones que reflejaban el desprecio experimentado por el lector. En este sentido, se incluyeron aquí aquellos comentarios provistos de adjetivos y sustantivos peyorativos, discriminatorios, insultantes, burlescos y que atentan contra la dignidad de las personas. También, fueron contemplados los difemismos, las acusaciones y preguntas retóricas acusadoras y ofensivas.

Por último, Fenoll reconoce como parte del lenguaje violento la apología de la violencia, la cual implica, de acuerdo con Stephan Ulrich Pieper (2001), no sólo justificación del uso de la violencia, sino también la disposición a su ejercicio y la actitud de aquellas personas que determinadas circunstancias acudirían al uso de la fuerza para lograr sus objetivos.

Para establecer el corpus en base al cual se realizaría la investigación, como ya fue explicado anteriormente se decidió hacer un relevamiento de las noticias sociales sobre salud publicadas en Diario UNO y Mdz en los meses julio y agosto de 2015. Cabe destacar que no fueron incluidos aquellos artículos abocados a dar a conocer el estado de salud de personajes reconocidos, salvo que el tratamiento periodístico de los mismos estuviera orientado hacia la concientización o la descripción de una patología. Tampoco fueron tenidas en consideración aquellas notas que ofrecen consejos sobre estética y los artículos de opinión, ya que al contener los mismos juicios e interpretaciones explícitos, el desarrollo del foro se vería condicionado por los mismos y aquí se pretende indagar en las manifestaciones de los lectores en noticias cuyo contenido sea sólo informativo.

Se confeccionó un listado por cada medio de comunicación y asignándole a cada una de las noticias la cantidad de comentarios que el sitio reflejaba que las mismas poseían. Debe hacerse hincapié en este último aspecto, ya que Diario UNO, que utiliza el plugin Facebook Comments, no contabiliza las respuestas que otros usuarios realizan sobre los mensajes. Entonces, la cifra indicada no es un reflejo del volumen de intervenciones. Sin embargo, a modo de simplificar la recolección de las notas, se tomó en cuenta el número expuesto por el medio.

Se buscó en cada periódico los cinco artículos con más participaciones de los lectores en el foro. En Mdz ocurrió que en dos ocasiones dos notas contaban con la misma cantidad de ellas. Escoger una en cada caso hubiera implicado acudir a criterios subjetivos, por lo que se decidió incluir todos los casos. De este modo, de dicho diario fueron tomadas siete noticias en vez de cinco.

Cabe destacar que no hubo correspondencia entre los textos periodísticos referidos al ámbito de la salud más comentados en Diario UNO y Mdz. A su vez, el flujo de intervenciones tampoco se manejó dentro de los mismos parámetros, ya que pudo apreciarse que en el primer medio la cantidad de mensajes era en todos los casos estudiados significativamente mayor que en los del segundo.

A continuación en la tabla N° 1 se presentarán las noticias escogidas para realizar la investigación. Cabe aclarar que en la columna Cantidad de comentarios, se colocará en el caso de UNO la cifra real de participaciones por parte de los foristas y entre paréntesis el número expuesto por el periódico. La diferencia entre ambos refleja el volumen de respuestas.

Tabla N° 1: Noticias seleccionadas

Medio	Noticia	Cantidad de comentarios
Diario UNO	“Una chica de 13 años está grave tras intentar hacerse un aborto con una «curandera»”	186 (48)
Diario UNO	“Una conocida diseñadora escrachó en Facebook a dos médicos del hospital Español”	164 (109)
Diario UNO	“Entregaron los primeros kit Qunita en el hospital Perrupato”	81 (39)
Diario UNO	“El último parte de Guadalupe indicó que sigue conectada a respirador”	66 (63)
Diario UNO	“El debate por el aborto y una insólita sesión en el Senado de Mendoza”	46 (38)
Mdz	“Morir abandonada en el Hospital Del Carmen”	28
Mdz	“Tanús quiere castigar a las clínicas que no reciban OSEP”	14
Mdz	“Deuda millonaria con OSEP: ¿cuál es la causa?”	14
Mdz	“Protesta por caso de mala praxis en el hospital Español”	13
Mdz	“El hospital Universitario sigue estancado”	11
Mdz	“Deudas cruzadas de OSEP y el Gobierno”	9
Mdz	“Una licitación reveló la crisis de los hospitales públicos”	9

Fuente: elaboración propia.

Como puede apreciarse en la tercera columna, en Diario UNO la diferencia entre los comentarios realizados directamente en el foro y aquellos escritos en el mensaje de otro usuario es considerable. Tanto es así que se modificó el orden que las noticias presentaban de acuerdo a la cantidad de intervenciones de sus lectores.

4.10.1 Análisis de las noticias y opiniones vertidas en ellas

En el presente apartado, se realizará una descripción de las noticias seleccionadas de acuerdo a los criterios ya establecidos. El objetivo de realizar tal análisis es construir el contexto en el cual tuvieron lugar los comentarios estudiados.

Una chica de 13 años está grave tras intentar hacerse un aborto con una “curandera” (6 de julio de 2015)

La noticia narra el caso de una niña de 13 años que se hallaba internada en grave estado en el Hospital de Niños de Catamarca tras haber sido sometida a un aborto por parte de una curandera. El embarazo de la menor fue producto de la relación que mantenía con un hombre mayor de edad, quien la habría conducido hasta la mujer responsable de interrumpir forzosamente su gestación suministrándole una serie de hierbas.

La madre de la paciente estaba al tanto del noviazgo, pero desconocía que la niña estuviera embarazada. Al enterarse de lo sucedido, radicó la denuncia en la Justicia y acusó a la pareja de su hija. Se realizó un allanamiento en la vivienda de la curandera, cuyo pedido de detención estaba próximo a efectuarse.

El artículo posee una extensión de 22 líneas, distribuidas en seis párrafos. El título es informativo y la bajada detalla dónde ocurrieron los hechos y los procedimientos judiciales llevados a cabo. Como único recurso utilizado para complementar la noticia se destaca una fotografía del hospital donde había sido internada la menor. El texto no se encuentra firmado y fue ubicado por el medio en la sección País. La fuente citada es el diario catamarqueño El Ancasti.

Los comentarios de los lectores respecto de lo expuesto en la nota giraron en torno de la problemática del aborto y, dentro de ella, al análisis y el cuestionamiento de este caso en particular. Convergieron dos posturas en el foro: por un lado, se hallaban los usuarios que reclamaban la legalidad de la

interrupción del embarazo y, por el otro, quienes defendían el derecho a la vida. Aplicadas estas diferencias ideológicas al hecho narrado, podía apreciarse que algunos lectores justificaron el acto cometido por la niña amparándose en su edad y en las condiciones en las cuales se produjo la concepción, dado que la misma fue producto de una relación con una persona mayor de edad. Sin embargo, otros comentaristas cuestionaban lo ocurrido y hacían hincapié en que, más allá de las circunstancias, el bebé era inocente, la verdadera víctima.

Imagen N° 38: Ejemplo de comentarios



Sergio Renguero

Que raro que todavía no aparecieron las feministas a repetir el cliché de "esto no pasaba si legalizaban el aborto"

Ojalá se recupere la niña. La madre y el mayor de edad a la cárcel por soretes

Me gusta · Responder · 2 · 6 de julio de 2015 5:17



Paula Emilce Lira · Universidad Nacional de Cuyo

el aborto no tiene que ser legal bajo ningún punto de vista es un homicidio peor matas a tu hijo las pendejas tienen que ser menos trolas y más madres menos flojas y cuidar a sus hijas como madre me impactó más que la madre supiera que estaba con un tipo mayor que la noticia en sí

Me gusta · Responder · 2 · 6 de julio de 2015 6:27



Astrid Burgos · Ensna

Llegan al punto de que los padres hacen oídos sordos y les importan muy poco sus hijas

Me gusta · Responder · 6 de julio de 2015 5:44



Astrid Burgos · Ensna

Esta sociedad está cada vez peor

Me gusta · Responder · 6 de julio de 2015 5:45

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Fue relevante dentro de las discusiones llevadas a cabo en el espacio para comentarios que, a pesar de las diferencias ideológicas en relación al aborto, la mayoría de los usuarios coincidía en señalar a la madre de la paciente como la responsable de la situación. Los foristas sostenían que estaba en sus manos velar por la salud de su hija y la cuestionaban por haber aprobado su relación siendo que, aunque no se hubiera especificado cuántos años poseía el sujeto, la diferencia de edad era considerable.

La niña también fue criticada por los lectores, aunque en menor medida que su progenitora. En general, quienes la juzgaban lo hacían basándose en su iniciación sexual a temprana edad.

En el considerable aumento en la cantidad de intervenciones que obtuvo esta noticia a través de las respuestas que usuarios realizaban en las publicaciones de otros, tuvo gran participación la forista Silvia Bustos, quien podría ser calificada de trol, ya que no sólo comentó la noticia en reiteradas oportunidades, sino que también opinó en numerosos mensajes de otras personas. El lenguaje empleado por la comentarista estaba dotado de agresividad, dado que recurría frecuentemente a insultos, sarcasmos, expresiones de desprecio e, incluso, discriminatorias. Dicha situación provocó la reacción de los lectores, quienes avalaban sus dichos o la cuestionaban fervientemente. Además, dados sus errores de ortografía, también fue cuestionada por su redacción.

También se destacó en el foro la presencia de Darío Randazzo, usuario que participó activamente en los espacios para comentarios de varias de las noticias analizadas de Diario UNO.

Una conocida diseñadora escrachó en Facebook a dos médicos del hospital Español (31 de agosto de 2015)

Días después de conocerse el caso de Guadalupe Codes, una niña de 9 años que fue internada en el Hospital Español tras una recaída en su enfermedad – leucemia- y acabó parapléjica producto de una mala praxis, la diseñadora Carolina Saguan utilizó las redes sociales para denunciar a una de las médicas implicadas en la causa de la menor y su marido.

La mujer publicó una fotografía en su cuenta de Facebook de Viviana Bacciedoni y de su esposo, Francisco Del Río. La misma se halla acompañada de un epígrafe, a través del cual expone su experiencia como paciente de este último. Saguan indica que años atrás Del Río había sido su médico y que le había diagnosticado que tenía sólo dos meses de vida. Transcurrida la mitad de ese período, el profesional le confesó que había cometido un error y le explicó que tenía una grave enfermedad, pero no cancerígena. Según narra la diseñadora, le suministró medicación que empeoraba su cuadro y le realizó un tratamiento complejo de quimioterapia sin advertirle.

Posteriormente, luego de una cirugía que tuvo su progenitor, el médico confundió la dosis de un anticoagulante que debía proporcionarle, lo que derivó

en que días más tarde el padre de la diseñadora sufriera un accidente cerebro vascular (ACV) que lo dejó con discapacidad para caminar.

Carolina Saguan justifica en su posteo su denuncia, ya que considera necesario que no vuelvan a suceder casos como el suyo.

El artículo posee una extensión de 10 líneas, distribuidas en tres párrafos. El título es informativo y la bajada detalla quiénes son los actores implicados en la denuncia de la diseñadora. Los recursos utilizados para complementar la noticia son dos fotografías, una de Saguan y otra de la publicación que la misma realizó en Facebook. Esta última imagen es una captura de pantalla del posteo y constituye el elemento principal de la nota, ya que contiene todos los datos referidos a los hechos y, por tal motivo, se constituye en la fuente. El texto no se encuentra firmado y fue ubicado por el medio en la sección Mendoza.

La noticia fue publicada el lunes 31 de agosto, cuatro días después de que se hubiera dado a conocer el caso de Guadalupe Codes. Dado que la médica implicada en él también había sido señalada por Carolina Saguan, aunque de manera indirecta porque su denuncia se centra en Del Río, las opiniones de los lectores recurrían a establecer similitudes entre ambos hechos y cuestionarlos por igual.

En líneas generales, el foro contó con la participación de lectores indignados por lo sucedido tanto con la niña como con Saguan y su padre. Ambos casos se constituyeron en disparadores para debatir sobre la mala praxis y la responsabilidad legal que presentan los profesionales de la salud al cometer un error.

La diseñadora fue cuestionada por varios foristas por el medio y el momento que escogió para dar a conocer lo sucedido. Por un lado, criticaban que hubiera realizado su denuncia a través de una red social y no de la vía legal, lo que abrió el debate a su vez hacia la eficacia del sistema judicial. Por otro, consideraban que, de haber actuado en su momento, quizás lo ocurrido con la menor y otros pacientes podría haberse evitado. Recurriendo a los mismos argumentos, fueron juzgados aquellos comentaristas que exponían casos similares en los foros. Sin embargo, cabe destacar que algunos lectores consideraron un acto de valentía la publicación de Saguan.

Imagen N° 39: Diversas posturas



Liliana Alejandra Curadelli · Administrativa en Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de Mendoza

CUANDO HAY MALA PRAXIS POR LO GENERAL SE DICE,,,ES HOSPITAL PUBLICO.....SE DARAN CUENTA QUE LO QUE VALE ES SER BUEN PROFESIONAL,,NO IMPORTA SI TRABAJA EN HOSPITAL PUBLICO O PRIVADO. ESO VA EN EL AMOR Y VOCACION DE SERVICIO. ES UNA GRAN PENA QUE HAYAN ESTUDIADO TANTOS AÑOS, PARA EMPEORAR LA SALUD..... SON MEDICOS O QUE SON??????????

Me gusta · Responder · 31 de agosto de 2015 18:31



Luz Rayodesol

Con esgracharlo en facebook no sirve, a lo sumo le ensusias la imagen pero no tanto porque ellos siguen ejerciendo la medicina como si nada, total su error le cago la vida a alguien que a ellos no les importa,se tiene que ir a la justicia, denunciar por mala praxis,en un red social no se va a conseguiri nada.

Me gusta · Responder · 1 · 31 de agosto de 2015 18:45



Ivan Javier Bartolome

Dos atorrantes como puede ser que todavía esten libres. Deben ser detenidos ya.

Me gusta · Responder · 1 · 31 de agosto de 2015 18:49

Fuente: registro propio. Extraído el 28/10/15.

El foro también dio lugar a que pacientes de ambos doctores los defendieran como profesionales. Sin embargo, la mayoría de los lectores los descalificó, puso en duda que contaran con un título y manifestó que jamás se atenderían con ellos.

Entregaron los primeros kit Qunita en el hospital Perrupato (21 de julio de 2015)

La noticia anuncia la entrega de los primeros kit Qunita en Mendoza. La misma ocurrió en el hospital Perrupato y estuvo a cargo de la legisladora Anabel Fernández Sagasti y el ministro de Salud Oscar Renna.

El texto explica en qué consiste el programa implementado por el Gobierno nacional. El espíritu del mismo es la disminución de la mortalidad materna e infantil y cuenta para ello con dos ejes: uno sanitario, abocado a efectuar controles, y otro de referencia contrareferencia, ya que se determina en cuáles centros de salud y maternidades deben realizarse los seguimientos de las embarazadas y el parto.

En lo relativo al kit que se les entrega a las madres al momento del nacimiento de sus hijos, se explica los componentes del mismo y sus utilidades.

Por otra parte, se dan a conocer los beneficiarios de la medida impulsada, a saber, las mujeres titulares de la Asignación Universal por Embarazo y los bebés titulares de la Asignación Universal por Hijo nacidos en maternidades públicas.

El artículo posee 53 líneas, distribuidas en nueve párrafos. Cuenta con dos entretítulos que permiten organizar la información de acuerdo a los puntos que se desea destacar: qué contiene el kit y cuándo se entrega. No posee bajada ni se encuentra firmado. Fue ubicado por el medio de comunicación en la sección Mendoza. Al igual que en los casos anteriores, la información es acompañada por una fotografía, en este caso, del momento de la entrega de Qunita en el hospital Perrupato.

Al girar la noticia en torno de las características de un programa gubernamental, apareció aquí el componente político en el debate. Mientras que en la nota de Carolina Saguan se cuestionaba la capacidad de acción del Poder Judicial, aquí se criticaba las medidas impulsadas por el Ejecutivo, principalmente. El foco de la discusión fue colocado en la utilidad de los planes sociales en general y de este en particular.

Quienes estaban a favor de la política implementada destacaban que la misma contribuye a la distribución igualitaria de derechos y oportunidades desde el nacimiento. Quienes, por el contrario, se hallaban en contra la acusaron de ser un acto de clientelismo y plantearon que, en lugar crear esta clase de programas, debería fomentarse la cultura del trabajo para evitar que el pueblo cayera en el conformismo y lograr que se dignifique al adquirir por sus propios medios los mismos productos ofrecidos en el kit.

A diferencia de la mayoría de las noticias analizadas de Diario UNO, en este artículo pudo observarse la convergencia de diferentes posturas ideológicas en relación al Gobierno. Surgieron aquí acusaciones cruzadas entre quienes se identificaban con el oficialismo y quienes lo hacían con la oposición. Generalmente, la dinámica de sus discusiones consistía en que los segundos criticaban a los primeros por sus comentarios en apoyo a la medida y luego comenzaba el intercambio de argumentos entre ellos. Cabe destacar que las opiniones a favor de las políticas sociales implementadas por el Estado eran minoritarias.

Imagen N° 40: Visiones contrapuestas



Andrea Vela · UTN Argentina

Por Dios, no puedo creer que la gente no tenga dignidad, celebrar esta limosna que le estan dando, por que en lugar de dar asignaciones y planes no dan educación para que puedan lograr tener trabajo digno y elegir la ropa, cuna, bolso que a vos más te guste para tu bebe y a los adolescentes educación sexual para evitar anclar sus posibilidades de estudiar, trabajar y formar una familia cada cosa a su tiempo

Me gusta · Responder · 11 · 21 de julio de 2015 22:45



Perla Soria de Selzer · Cruz roja argentina

ME ALEGRA TANTO QUE TODO CHICO QUE NAZCA EN EL PAÍS SE SIENTA BIENVENIDO, SIN QUE LE FALTE LO NECESARIO P ESTAR BIEN, AL IGUAL QUE SU MADRE , Y LAS EXPLICACIONES DE COMO CUIDAR A SU HIJO UNA PRIMERIZA, MUY BUENO SOLO A UNA MUJER COMO CRISTINA PODÍA OCURRIRSELE ESTO, QUE NECESITA DE SER SENSIBLE Y MUJER P PENSARLO, GRACIAS POR ESTO MI PRESI, DESDE EL NACIMIENTO LAS AUH PQ VAYAN A LA ESCUELA, LUEGO Y LA AYUDA PQ ESTUDIE EL SECUNDARIO, Y LUEGO LA UNIVERSIDAD, SOLO DEBE SER INSTADO POR SUS PADRES A SEGUIR, DESDE CHIQUITOS, Y TE ASEGURÓ QUE TENDRÁN MEJOR VIDA QUE ESTA GENERACIÓN PASADA, QUE NACÍA EN HOGARES VULNERABLES, ES GANAS DE QUERER QUE ESE HIJO QUE VIÑO BIEN CUIDADO, TENGA UN BUEN FUTURO, ----- ADELANTE PAPIS, A CAMBIAR LA MENTALIDAD, Y EL QUERER QUE NUESTROS HIJOS, VIVAN MEJOR QUE NOSOTROS, TODO LO MEJOR PARA TODOS.----GRACIAS CRISTINA QUERIDA.-----

Me gusta · Responder · 8 · 21 de julio de 2015 23:04

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

El último parte de Guadalupe indicó que sigue conectada a respirador (31 de agosto)

La noticia da cuenta del último parte médico conocido hasta ese momento respecto de la salud de Guadalupe Codes, quien había sido trasladada al hospital Notti, donde ingresó con una parálisis en su cuerpo y quedó internada en terapia intensiva, con respirador y en coma inducido. Tal como se mencionó en la primera noticia analizada, su cuadro fue producto de un error en la administración de un medicamento en el Hospital Español, donde había sido internada por leucemia.

La nota narra además cómo se produjo el error médico que condujo a que la niña se encontrara en dicho estado. Por otra parte, se especifica que sus padres habían denunciado penalmente por mala praxis a los profesionales responsables.

El artículo cuenta con 22 líneas, distribuidas en nueve párrafos. Pertenece a la sección Mendoza y cuenta con una fotografía de la niña como acompañamiento. El título es informativo y su bajada lo complementa, ya que explica en pocas

palabras el caso. El texto no lleva firma y las fuentes citadas en él son el parte médico y los padres de Guadalupe.

En general, los mensajes presentes en el espacio para comentarios estaban abocados a brindarle un saludo afectuoso a la niña. También, se destaca la presencia de foristas que cuestionaban el accionar de los médicos en este caso, al igual que sucedió en la noticia de Carolina Saguan. En este sentido, se destaca que para los usuarios los profesionales de la medicina no tienen posibilidad de cometer errores, ya que los mismos ponen en riesgo la salud de las personas. Por tal motivo, quien emprendiera una defensa de ellos era duramente cuestionado.

Imagen N° 41: Opiniones en relación al caso



Aida Cortez

Cuando van a dar el nombre de medica O sige haciendo daño como no dan nombre???

Me gusta · Responder · 6 · 31 de agosto de 2015 7:59



Celeste Mendoza Mendoza · Recursos humanos en Aerolineas

Ojalá ni el edificio viejo que tienen les sirva para pagar el daño que le han echo a esta criatura.

Me gusta · Responder · 5 · 31 de agosto de 2015 8:00



Pelu Lizana · Las Heras

SON COSAS QUE PUEDEN PASAAAAR ! ESO RESPONDIERON !
INUTILES..INEFICIENTES..YA HAY Q QUITARLE EL TITULO A ESA MEDICA ! !
SERA ! DE CUARTA.QUE PENA..QUE GENTE DE PORQUERIA...JUSTIFICANDO LO
INJUSTIFICABLE.DIOS CON VOS MI QUERIDA NENA

Me gusta · Responder · 7 · 31 de agosto de 2015 8:03



Francisco Javier Espinosa

No son cosas que pueden pasar.¡¡ son cosas que pasan ¡¡ no sabemos con que frecuencia. El medico no se puede equivocar en realidad ninguna profesion que incluya la vida de un tercero, un policia cuando activa su arma, pilotos de avion etc. Sin embargo pese a todas las precauciones protocolares, fallan. siempre hay alguien que falla¡¡ La famosa falla humana, le llaman¡¡¡

Me gusta · Responder · 1 · 31 de agosto de 2015 9:02

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

El debate por el aborto y una insólita sesión en el Senado de Mendoza (1 de julio de 2015)

El artículo describe lo ocurrido durante una sesión en la cámara alta de la Legislatura mendocina en la cual la senadora Noelia Barbeito, del Frente de Izquierda y los Trabajadores (FIT), pretendía debatir sobre el Protocolo Nacional para la Interrupción Legal del Embarazo.

La legisladora se había ausentado de la votación de 16 pliegos para el ingreso de nuevos magistrados. Una vez finalizada la misma, ingresó al recinto y propuso el tratamiento del protocolo, el cual no tiene cumplimiento en la provincia. La mayoría de los senadores, en respuesta a la actitud que previamente había tenido Barbeito, decidió abandonar el lugar, lo que puso en riesgo la continuidad de la sesión por falta de quórum.

Finalmente, ingresaron al recinto los legisladores suficientes para emprender una votación y el proyecto fue enviado a tres comisiones: Legislación y Asuntos Constitucionales, Salud y Género.

A lo largo de la nota se expone la opinión de diversos legisladores en relación a la actitud de Barbeito y se analiza el incumplimiento por parte de Mendoza del de lo establecido en el Código Penal en relación al aborto no punible. Asimismo, se describe brevemente las características de la guía elaborada por el Ministerio de Salud nacional.

El artículo cuenta con 78 líneas, distribuidas en 16 párrafos y tres entretítulos, y pertenece a la sección Mendoza. Si bien el título es informativo, el uso de la palabra “insólita” para calificar la sesión puede ser considerado un gancho para atraer al lector. El texto es firmado por Paola Alé, quien integra la redacción de la versión impresa, por lo que se deduce que la noticia fue tomada de la misma. Una fotografía de la senadora Noelia Barbeito acompaña la información.

Al igual que sucedió en la noticia anterior, el espacio para comentarios adquirió aquí una preponderante tonalidad política. El foro se centró en criticar la actitud de la legisladora del FIT basándose no sólo en lo ocurrido en la sesión en cuestión, sino a lo largo de su desempeño en el Senado provincial. También se la cuestionó por su ideología de izquierda –los usuarios se referían a ella de modo despectivo al calificarla de zurda-, la cual fue asociada por los lectores con la defensa del aborto y los derechos de la mujer.

En cuanto a la interrupción del embarazo y a diferencia de lo ocurrido en la noticia de la niña de 13 años que había cometido un aborto, la discusión en torno a este tema giró en torno de la cuestión política, ya que se cuestionaba, por un lado, a las instituciones por no aprobarlo y, por el otro, de lo que establece la legislación argentina al respecto. También, se analiza con mayor profundidad el

componente social que se desprende de la problemática, el cual se encuentra relacionado con el poder adquisitivo y el nivel educativo de la mujer que desea concluir de modo forzado su gestación. De la mano de ello, surge la discusión en torno a los métodos de anticoncepción.

Imagen Nº 42: Opiniones de foristas



Peposo Sembrador de Risas

los legisladores deberían cobrar por presentismo, y se acaba el recurso del quorum, y si no van que se los heche !!

Me gusta · Responder · 1 de julio de 2015 11:49



Juan Jose Diaz Carrasco · Trabaja en Policía

Barbeito ..no tiene nada mejor importante en su cabezita que debatir sobre la vida de un inocente !!!!!

Me gusta · Responder · 1 de julio de 2015 12:10



Juan Jose Diaz Carrasco · Trabaja en Policía

Por que todo lo que esta relacionado al zurdaje viene acompañado de aborto y derechos humanos quieren matar al inocente y defienden al delincuentepor que siempre van en contra ???

Me gusta · Responder · 1 de julio de 2015 12:12



Gabriel Lucas · Liceo militar general espejo

DERECHO DE LA MUJER?????... UNA MINA QUE QUIERE UNA LEY EN CONTRA DEL DERECHO A LA VIDA NO PUEDE LLAMARSE MUJER, ES UNA MAL PARIDA... LA MUJER ESTA PARA DAR VIDA, NO PARA QUITARLA.... NO PASA POR LA IGLESIA... ME CAGO EN LA OPINIÓN DE LA IGLESIA SI ES NECESARIO... PASA POR DEFENDER AL MAS DÉBIL, QUE ES EL BEBE POR NACER!!!!... SERÉ MUY CUADRADO... PERO CUALQUIER PERSONA QUE SEA PADRE ES UN HIJO DE PUTA... SI VOTA UNA LEY ASÍ!!!

Me gusta · Responder · 6 · 1 de julio de 2015 12:13

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Morir abandonada en el Hospital Del Carmen (30 de agosto de 2015)

El artículo describe los últimos días de vida de Dora López, docente jubilada que falleció en el Hospital del Carmen. La mujer de 71 años había ingresado a la guarda del nosocomio, donde sufrió un accidente cerebro vascular mientras aguardaba por ser atendida. Dado que el ACV que sufrió fue el de mayor impacto, su estado se tornó irreversible.

Los médicos de la institución decidieron trasladar a la paciente a la unidad coronaria, donde no había neurólogos que pudieran prestarle los cuidados necesarios. Días después, fue derivada a sala común con el justificativo de que, al tratarse de un caso terminal, debía dejarle su lugar a quien tuviera esperanzas de

salvarse. A partir de allí, según su hija, el personal de la institución se desentendió de la atención de Dora, ya que no la higienizaban ni controlaban que no broncoaspirara. La decisión de la familia frente a tal situación fue contratar a una enfermera particular para que le brindara los cuidados necesarios. Finalmente, Dora falleció y sus allegados acusaron a la obra social de haberse desentendido de ella.

El artículo cuenta con 39 líneas, distribuidas en 12 párrafos. El título si bien informa, constituye un gancho que atrae al lector a leer la noticia para interiorizarse en el caso. La bajada informa sobre lo ocurrido con la obra social y la volanta ubica a la nota en la sección Sociedad. El texto está firmado por Alejandro Frías y acompañado por una fotografía de la fachada del Hospital del Carmen. La fuente es la hija de la paciente a la que se hace referencia.

A diferencia de los foros analizados de Diario UNO, en Mdz la cuestión política es una constante. En todas las notas estudiadas se percibe la necesidad por parte de los comentaristas de criticar, positiva o negativamente, las instituciones. En este caso, las opiniones se focalizaron en cuestionar a la Obra Social de los Empleados Públicos (OSEP), ya que es la que poseía Dora López y, por lo tanto, principal responsable del tratamiento médico que recibió.


En el momento en que se publicó esta noticia, la prensa local tenía puesto su foco en la situación económica de dicha obra social, lo cual podrá apreciarse en otras noticias de Mdz analizadas. Se hablaba del vaciamiento que había sufrido la misma a lo largo de diferentes gestiones y de cómo dichas circunstancias habían perjudicado a sus afiliados. Es por esto que las opiniones de los lectores giraban en torno de dicha problemática.

Cabe destacar que también participaron usuarios que decían ser profesionales de la salud para brindar su perspectiva respecto del estado del sistema hospitalario provincial.

Los argumentos esgrimidos por los lectores, en general, giraban en torno de la política. Con frecuencia, los usuarios recurrían a evaluar las gobernaciones de Mendoza y a cuestionar el desempeño de quienes encabezaron el Ejecutivo provincial en los últimos años. Las estrategias expresivas empleadas no

implicaban el uso de insultos, pero sí de otros lenguajes que manifestaran el desprecio por la situación y sus responsables.

Imagen Nº 43: Cuestionamiento de un lector



edgare306 · 30 de Agosto de 2015 | 09:48

5

TODOS SE QUEJAN SE LIMPIAN LA JETA CON LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAMOS EN EL HOSPITAL DE LO MAL ATENDIDOS QUE ESTÁN ,SEGURAMENTE QUE EN EL HOSPITAL ESPAÑOL LOS VAN A ATENDER MEJOR , VAYA LEAN LO QUE PASO CON UNA NENA DE NUEVE AÑOS . DE ESO NADIE DICE NADA , PERO CLARO ES EL HOSPITAL ESPAÑOL, ESTO ES OSEP QUE CAGUEN TODO PARA ESO LE PAGAMOS UN SUELDO , ASI Y UN MONTÓN DE COSAS SE DICEN DE NOSOTROS. PERO ESOS AFILIADOS QUE HABLAN DE MAS LOS INVITO A UN DEBATE CLARO DE MEDICINA HABER SI ELLOS ALGUNA VEZ PASARON POR UNA FACULTAD DE MEDICINA YA QUE TANTO HABLAN . SABEN LO QUE ES CRITERIO . !!!! Dra RIMOLO HAY MUCHAS. !!!!! ENFERMEROS ,MÉDICOS .TÉCNICOS MATRICULADOS SOMOS POCO !!! HABLAN SIN SABER.

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Tanús quiere castigar a las clínicas que no reciban OSEP (6 de agosto de 2015)

La noticia desarrolla los puntos más importantes de una entrevista que el presidente de la Cámara de Diputados de Mendoza, Jorge Tanús, tuvo con el programa “Uno nunca sabe”, de Mdz Radio. En diálogo con la emisora, el legislador confesó que debían corregirse ciertos aspectos en torno a OSEP, pero culpó a las clínicas privadas por el colapso de los hospitales públicos. En este sentido, propuso impulsar una ley para sancionar a las instituciones que, pese a tener convenio con la obra social, derivan a los afiliados a los establecimientos del Estado. Por otro lado, el diputado aseguró que la obra social debería estar en manos de los afiliados.


Las declaraciones de Tanús surgieron luego de que representantes de la Asociación Mendocina de Profesionales de la Salud (AMPROS) aseguraran que trabajan sin los recursos necesarios, por lo que no podrían hacerse cargo ante cualquier hecho grave.

El artículo cuenta con 24 líneas, distribuidas en siete párrafos, y pertenece a la sección Política. El título del mismo es informativo y la bajada resume las declaraciones del funcionario. Los recursos empleados por el medio para acompañar el texto son una fotografía de Tanús y el audio de la entrevista radial. Cabe destacar que la nota no se encuentra firmada.

Los lectores de Mdz centraron aquí sus críticas en los responsables del vaciamiento de OSEP y cuestionaron la corrupción de la administración pública, la cual acabó por perjudicar a los afiliados. Siendo que la noticia desmenuzaba las declaraciones que Tanús había realizado en una entrevista, el diputado también fue señalado por los participantes.

Se destaca de este foro que sus integrantes mantuvieron una misma línea de opinión, ya que no hubo lector que se manifestara en defensa del funcionario o que brindara argumentos para justificar la situación de la obra social.

Imagen N° 44: Opinión de un forista



chiquitobassman 6 de Agosto de 2015 | 12:26

Yo propongo: Por qué mejor no se castiga a quienes fundieron a OSEP, a esos funcionarios de Jaque, el Cdor Marcelo Costa y el séquito de impresentables que vinieron despues con Poko Perez? Estaba con su caja para ser bien administrada, pero tuvieron que echarle mano para sus propios intereses, dejando cautivos a sus afiliados, sin atención de ningún tipo. Ahhh... pero religiosamente te descuentan la cuota mensual, hasta inclusive en el aguinaldo, con el agravante que, siendo uno empleado público no se puede desafiliar, con juicios por el mismo tema que, seguramente deberan estar durmiendo tranquilos y sin frazadas en algun cajón del Poder Judicial. En fin Señor Tanús TODO LO QUE TOCA EL PERONISMO LO CONVIERTE EN M....A!!!!

5

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Deuda millonaria con OSEP: ¿cuál es la causa? (10 de julio de 2015)

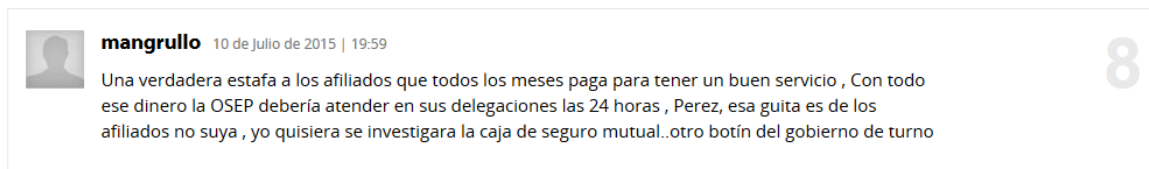
El artículo expone las opiniones de Matías Roby, ex ministro de Salud de Mendoza, y Martín Kerchner, diputado provincial por la Unión Cívica Radical, en relación a OSEP y su deuda de 570 millones de pesos. Las mismas fueron extraídas de declaraciones que los funcionarios habían realizado en Mdz Radio.

La perspectiva de Roby se centra en que la falta de una Ley de Presupuesto, ya que el hecho de no contar con créditos provoca que se contraigan deudas. Kerchner, por su parte, le adjudicó el endeudamiento a las falencias de la administración pública.

El artículo cuenta con 41 líneas, distribuidas en nueve párrafos, y se encuentra dentro de la sección Política. El título, al contener una pregunta, despierta el interés y la curiosidad del lector. La bajada, por su parte, comunica que la nota contrapondrá los puntos de vista de Roby y Kerchner. Los recursos que acompañan la información son una fotografía de ambos entrevistados, una encuesta y los audios de las declaraciones de ambas figuras políticas.

En general, los usuarios debatieron en torno las falencias en la administración de los fondos de la obra social y cuestionaron tanto a los funcionarios que estuvieron al frente de ella en los últimos años como al Gobierno.

Imagen N° 45: Postura de un usuario



Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

A diferencia de lo ocurrido en la noticia anterior, aquí sí se percibió una contraposición de posturas ideológicas. Si bien en su mayoría los comentaristas opinaron en contra de la gestión del oficialismo, uno de ellos cuestionó a Kerchner y sus copartidarios –UCR, integrante del frente Cambia Mendoza, el cual ganó las elecciones generales provinciales de 2015- por considerar que sus críticas al Gobierno eran excusas para justificar su inacción una vez que se encuentren en el poder. Este último comentario provocó que el resto de los participantes lo criticaran y calificaran de oficialista.

Protesta por caso de mala praxis en el hospital Español (28 de agosto de 2015)

El artículo comienza comunicando que un grupo de padres y alumnos del Colegio Argentino se había manifestado frente al Hospital Español, por la mala praxis cometido contra Guadalupe Codes, de 9 años.

El padre de la niña narra lo sucedido desde que la pequeña ingresó al hospital producto de una recaída en su leucemia linfoblástica aguda. La institución le programó una sesión de quimioterapia para tratar sus síntomas.

El día pactado, le colocaron por error vincristina a la altura de la medula, un potente medicamento que debe suministrarse vía endovenosa. Al terminar la sesión, la médica les comentó a los padres de la paciente que, si bien la niña se encontraba bien, una de las drogas resultó ser muy tóxica y debían practicarle un lavaje de la médula.

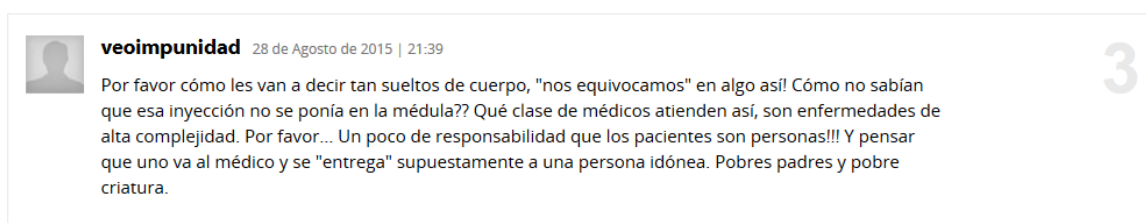
A los pocos días, la niña comenzó con problemas urinarios y perdió la movilidad en las piernas. Cuando los padres les pidieron explicaciones a los médicos, estos admitieron su error.

El artículo cuenta con 28 líneas, distribuidas en 8 párrafos, y pertenece a la sección Sociedad. El título es informativo y se encuentra complementado por la bajada. La noticia es acompañada por una galería con dos imágenes—una de la fachada del hospital y otra de la protesta- y por un tweet de un lector que tomó una fotografía de la manifestación.

El caso provocó gran conmoción en la sociedad mendocina y los medios de comunicación locales se hicieron eco de dicha situación. Anteriormente, fueron analizadas dos noticias de Diario UNO sobre el hecho y pudo apreciarse allí las opiniones que el mismo generó en la población. Al igual que en ese medio, los foristas de Mdz cuestionaron el accionar de los médicos que atendieron a la pequeña.

También pudo apreciarse que se criticaban los servicios prestados por el Hospital Español, considerado uno de los mejores dentro de la órbita privada del sistema de salud.

Imagen Nº 46: Mensaje de un comentarista



Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

El hospital Universitario sigue estancado (26 de agosto de 2015)


La noticia está abocada a describir los problemas que afronta el Hospital Universitario. La institución fue fundada en 2011 y cuenta con cuatro plantas, pero desde entonces sólo funcionan la planta baja y el subsuelo. El resto de los sectores necesita refacciones y, según el vicerrector de la Universidad Nacional de Cuyo, la principal dificultad para avanzar con las obra es la falta de especialistas en infraestructura médica para redactar los pliegos licitatorios correspondientes.

La institución había sido concebida originalmente para que contara con consultorios, servicios de internación, terapia intensiva y quirófanos. Los tres últimos, hasta el momento, no han podido llevarse a cabo por la problemática planteada en el párrafo precedente.

El artículo posee 50 líneas, distribuidas en 12 párrafos, y pertenece a la sección Sociedad. El título y la bajada se complementan, ya que la segunda amplía la información proporcionada por el primero. El texto lleva la firma de Melisa Villarroel. La noticia cuenta con tres fotografías del edificio donde funciona el Hospital Universitario y dos destacados para compartir a través de las redes sociales. La fuente citada es Jorge Barón, vicerrector de la UNCuyo.

Pese a que en la nota se exponen las falencias que presenta la institución, ya que desde hace cuatro años sólo posee dos plantas en funcionamiento, los usuarios manifestaban haber recibido allí una atención de calidad. Algunos foristas, sin embargo, cuestionaban que no se hubiera producido el avance de las obras por la falta de diseño de un pliego.

Imagen Nº 47: Palabra de un lector

**lector1517** 26 de Agosto de 2015 | 10:46 4

Me parece que los argumentos esgrimidos son una vergüenza. Tienen el presupuesto asignado hace 1 año pero no consiguen quien diseñe los pliegos como si no hubiera en otro lugar del país (dudo que no haya en mendoza)profesionales para hacerlo. No veo la necesidad de mentir de esta forma a una autoridad de la UNC como el vicerrector de la UNC. Pienso que no saben que hacer con el proyecto y no quieren expresarlo en los ambitos que corresponde. Están desperdiciando una buena oportunidad de prestigiar a la UNC y brindar buena calidad de atención de salud y si el proyecto no les resulta rentable deben preguntarse si gestionan mal o con desconocimiento o si deben reconducir el mismo. atte

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Deudas cruzadas de OSEP y el Gobierno (23 de julio de 2015)

El artículo aborda, tal como otros analizados, la situación financiera de OSEP. La obra social, según se indica, debe 377 millones de pesos, mientras que el Gobierno le debe cerca de 500 millones en concepto de retenciones.

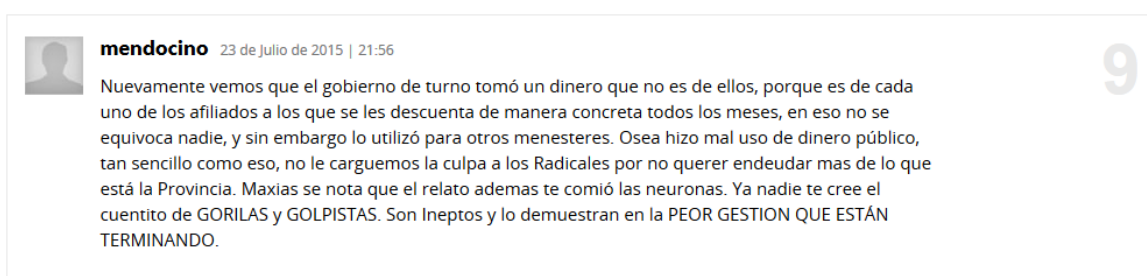
La Asociación de Clínicas y Sanatorios de Mendoza (ACLISA) es uno de los perjudicados por la situación, ya que la Obra Social de los Empleados Públicos llevaba en ese entonces cuatro meses sin abonarles las prestaciones que estas les hicieron a los afiliados.

La noticia explica detalles acerca de la deuda flotante que mantiene OSEP y describe las consecuencias que la misma acarrea.

El artículo cuenta con 48 líneas, distribuidas en 13 párrafos, y pertenece a la sección Política. Posee una fotografía de la fachada del edificio donde funciona la sede central de la institución, un destacado para compartir en redes sociales y cuatro imágenes de los acuerdos publicados en su página web, los cuales reflejan la evolución de la deuda. El título es informativo y se complementa con los datos proporcionados en la bajada. La autora de la nota es Bárbara Del Pópolo. Las fuentes citadas son los acuerdos; Hugo López Cecco, prosecretario de ACLISA, y Ricardo Diez, también miembro de la asociación.

Los foristas se expidieron aquí, nuevamente, respecto de la situación de la obra social y cuestionaron el desempeño de sus administradores. Tal como ocurrió en los demás artículos abocados al tratamiento de esta problemática, la preocupación de los usuarios se centra en el hecho de que los fondos con los cuales funciona la institución provienen de los aportes que mensualmente realizan los trabajadores estatales. Un hecho que contribuye a aumentar su disconformidad es que no es posible desafiliarse de la misma, por lo que independientemente de si hacen uso de ella, se sienten afectados.

Imagen N° 48: Comentario de un lector de Mdz



Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

Una licitación reveló la crisis de los hospitales públicos (15 de julio de 2015)

El artículo reflexiona sobre las repercusiones que la situación económica de la provincia en los servicios sanitarios. A los reclamos del gremio de los trabajadores de la salud por la falta de pago a médicos comunitarios, indica el texto, se le suma la falta de presupuesto de los principales hospitales para comprar insumos.

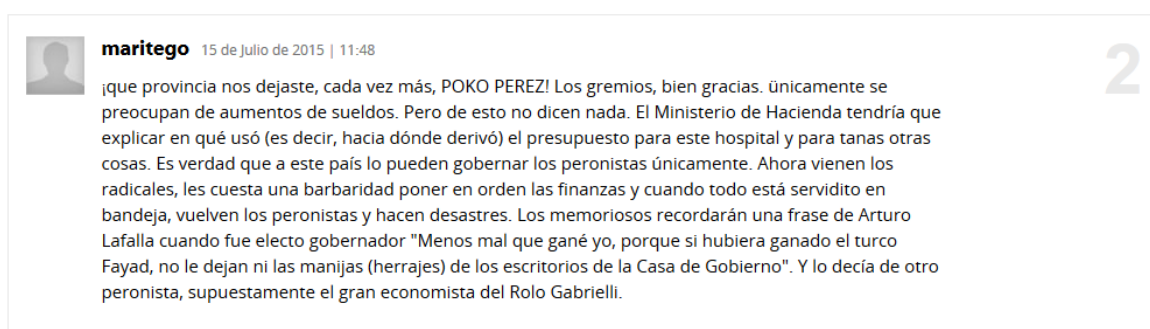
En este sentido, cita como ejemplo la suspensión del pliego “Monodrogas y Descartables” de la licitación del hospital Lagomaggiore debido a la falta de dinero. La nota cita al director de la institución, quien se ocupa de aclarar que el hecho no implica que habría escasez de insumos. Como medida para sortear la situación, el responsable del nosocomio planteó que se recurriría a la compra directa. Además, si bien reconoció que hay problemas en el abastecimiento, declaró que ello no ha implicado que los servicios se resientan.

El artículo cuenta con 25 líneas, distribuidas en siete párrafos, y pertenece a la sección Política. Su autor es Mariano Bustos. El título de la nota es informativo y se encuentra ampliado en la bajada. A modo de complemento de la noticia, se recurrió a dos fotografías del nosocomio, un destacado para compartir en redes sociales y un slide con el texto de la resolución en la que se establece la suspensión del pliego. Las fuentes citadas son el director del hospital Lagomaggiore, Fernando Vera Vázquez, y la secretaria Gremial de AMPROS, Claudia Iturbe.

Los usuarios se expidieron aquí respecto de la gestión del Gobierno provincial, acusado de malgastar el dinero. Como en otros foros de Mdz, es frecuente que al gobernador de Mendoza, Francisco “Paco” Pérez, se lo denomine “Poko” Pérez. El uso de la letra “k” en reemplazo de la “c” y la “q”, en alusión al kirchnerismo, también es muy usual en los comentarios de este medio, donde los lectores presentan, en su mayoría, una ideología contraria al oficialismo.

También fue frecuente hallar referencias a las elecciones tanto provinciales como nacionales que tuvieron lugar a lo largo de 2015. Las mismas fueron empleadas por los lectores para justificar sus opiniones

Imagen N° 49: Opinión de un usuario de Mdz



maritego 15 de Julio de 2015 | 11:48

¡que provincia nos dejaste, cada vez más, POKO PEREZ! Los gremios, bien gracias. únicamente se preocupan de aumentos de sueldos. Pero de esto no dicen nada. El Ministerio de Hacienda tendría que explicar en qué usó (es decir, hacia dónde derivó) el presupuesto para este hospital y para tanas otras cosas. Es verdad que a este país lo pueden gobernar los peronistas únicamente. Ahora vienen los radicales, les cuesta una barbaridad poner en orden las finanzas y cuando todo está servidito en bandeja, vuelven los peronistas y hacen desastres. Los memoriosos recordarán una frase de Arturo Lafalla cuando fue electo gobernador "Menos mal que gané yo, porque si hubiera ganado el turco Fayad, no le dejan ni las manijas (herrajes) de los escritorios de la Casa de Gobierno". Y lo decía de otro peronista, supuestamente el gran economista del Rolo Gabrielli.

2

Fuente: registro propio. Extraído el 29/10/15.

4.10.2 Análisis de los comentarios

A continuación, se realiza una exposición del resultado del análisis de contenido aplicado a los comentarios estudiados de cada medio de comunicación. En Mdz, se contabilizaron 98 mensajes escritos por sus lectores, mientras que en Diario UNO fueron 543. El total de publicaciones emitidas por foristas abordadas fue, entonces, de 641.

Si bien los criterios utilizados para emprender el estudio ya fueron desarrollados, aquí se los detallará en profundidad a fin de poder describir el comportamiento de los foristas en los periódicos online investigados.

Antes de comenzar a desmenuzar el análisis, cabe destacar para ilustrar los resultados del mismo se escogió utilizar gráficos de barra. Podrá apreciarse que las columnas azules hacen referencia a los comentarios de Diario UNO, mientras que las rojas remiten a los de Mdz. Los mensajes del primer medio representan el 84,7% del total de publicaciones estudiadas, mientras que los del segundo, el 15,3%. Dichos porcentajes deben ser tenidos en cuenta al momento de emprender una lectura de los gráficos, ya que el resultado total –es decir, el que contabiliza todas las publicaciones- de cada categoría fue subdividido a su vez para representar las tendencias de cada medio.

Análisis de los comentarios según su extensión

Conocer las dimensiones de los mensajes que escriben los lectores en los foros de los diarios online permite tomar conciencia, al menos a grandes rasgos, del tiempo que cada uno de ellos le destina a su participación en dicha herramienta interactiva.

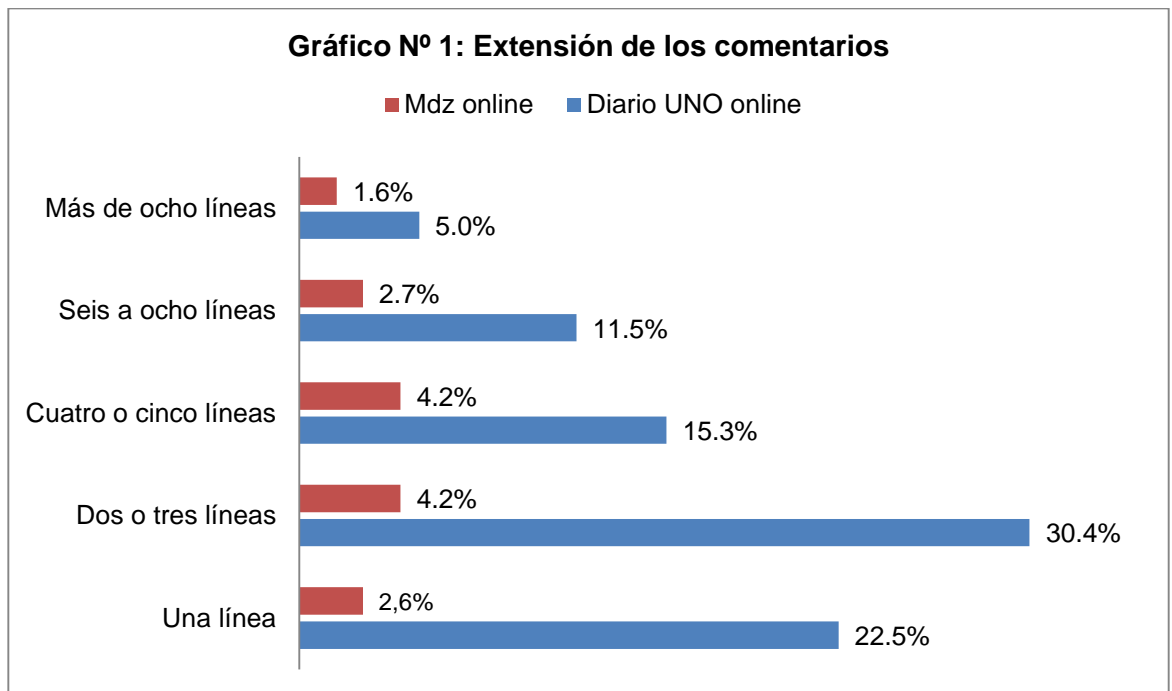
A modo de abordar esta variable, fueron establecidos cuatro criterios aplicables a medir la extensión de los comentarios. Tal como fue explicado anteriormente, la definición partió de una observación prolongada de los espacios destinados a la participación de los usuarios de los dos medios digitales considerados en la presente tesina. En este sentido, al analizar los textos, se reparó en la cantidad de líneas que los mismos presentaban y, en base a ello, fueron confeccionadas las siguientes categorías:

- Una línea
- Dos o tres líneas

- Cuatro o cinco líneas
- Seis a ocho líneas
- Más de ocho líneas

Al momento de analizar los comentarios desde esta perspectiva se reparó, entonces, en su extensión en base a la cantidad de líneas que el usuario empleó para manifestarse.

Los resultados obtenidos del estudio de las intervenciones de los foristas de Mdz y Diario Uno pueden ser apreciados en el gráfico ubicado a continuación:



Fuente: elaboración propia.

El gráfico anterior refleja que hay una tendencia por parte de los usuarios a escribir entre dos y tres líneas, ya que 34,6% (4,2% pertenecen a Mdz y 30,4%, a Diario UNO) del total de comentarios presentan dichas dimensiones. La extensión menos frecuente fue la de más de ocho, dado que el 6,6% (1,6% de Mdz y 5% de Diario UNO) de los mensajes contaba con tal característica. De todo ello se desprende que, al momento de redactar un comentario, los lectores prefieren abocarse a una exposición breve de sus opiniones.

Debe destacarse que en el caso de Mdz los usuarios se inclinan en iguales proporciones por redactar textos de dos o tres líneas y de cuatro o cinco. A su vez, las publicaciones de seis a ocho son casi tan usuales como las de una.

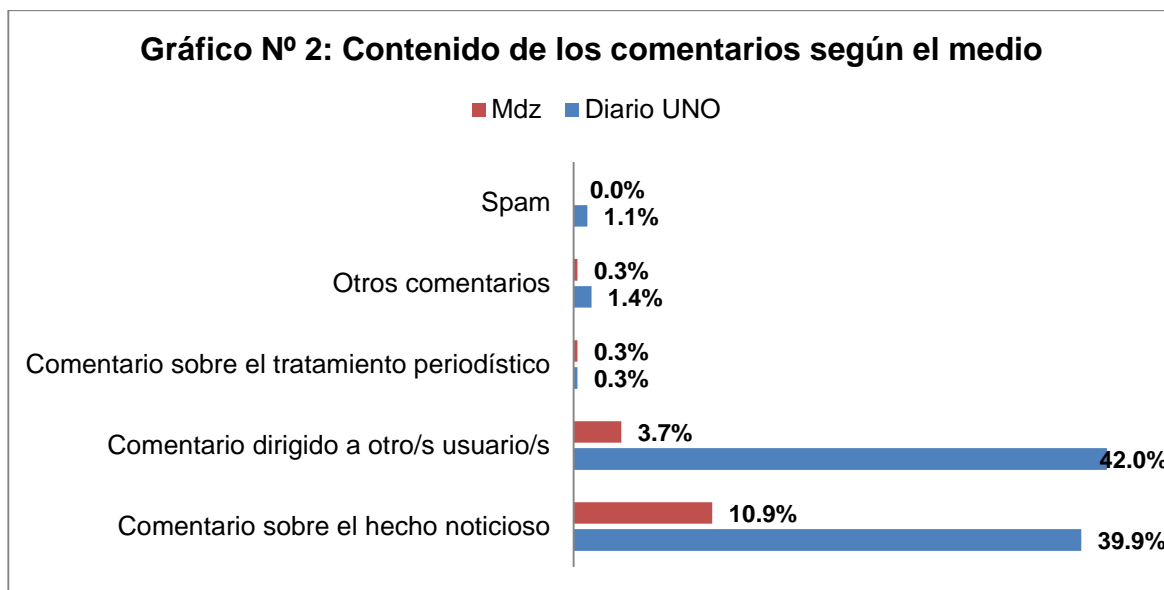
En el caso de UNO, la segunda dimensión preferida por los foristas es la de una línea, detrás de ella se ubica la de cuatro o cinco.

Análisis de los comentarios según su contenido

Reparar en este aspecto es un eje fundamental para la comprobación de la hipótesis elaborada para la presente tesina, a saber: “Los lectores de los diarios online Mdz y UNO se manifiestan agresivamente en los espacios para comentarios, en noticias sociales sobre salud, sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento periodístico del mismo”.

En este sentido, se buscó conocer sobre qué aspecto se expedían los lectores al participar en los foros. En base a ello, se elaboró una clasificación de tipos de comentarios de acuerdo a los contenidos que los mismos presentan. Es por esto que se definieron las siguientes categorías para el análisis de los mensajes escritos por el público en los sitios interactivos:

- Comentario sobre el hecho noticioso: se tuvieron en cuenta aquí aquellas publicaciones enviadas por los lectores que hicieran referencia al acontecimiento en sí mismo, los actores implicados en él y/o la problemática en la cual se encuadra el mismo.
- Comentario sobre el tratamiento periodístico: se contemplaron aquellos que hicieran referencia al encuadre de la noticia -sea considerado por el usuario como apropiado, incompleto o sesgado-, el autor de la misma o el medio de comunicación.
- Comentario dirigido a otro/s usuario/s: aquí fueron incluidos todas las intervenciones de los foristas cuyos destinatarios fueran uno o más lectores.
- Spam: se consideraron aquellos mensajes que cuyo contenido fueran publicidades o que presentaran enlaces a otros sitios web sin ninguna explicación mediante
- Otros comentarios: publicaciones que, por sus características, no pudieran ser incluidos en las categorías precedentes.



Fuente: elaboración propia.

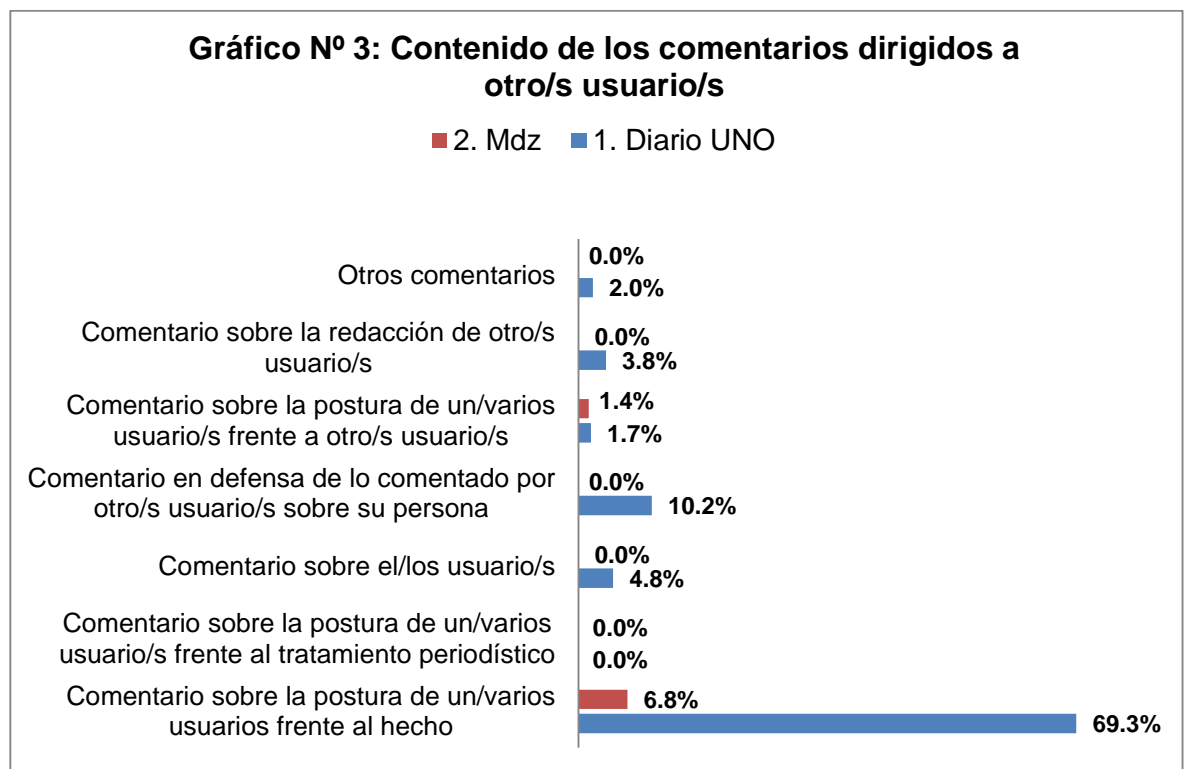
A simple vista, el gráfico permite identificar que los lectores de los dos diarios online analizados utilizan los espacios para comentarios para expedirse, en noticias sociales sobre salud, prioritariamente sobre el hecho noticioso. Las opiniones del 50,8% de los comentarios estudiados giran en torno de aquello narrado en el artículo, siendo 39,9% de ellos de Diario UNO y 10,9% de Mdz.

Debe destacarse que las consideraciones respecto del tratamiento periodístico son escasas: de los 641 mensajes analizados, sólo cuatro hacían referencia al mismo. De ellos se infiere que el interés de quienes participan en los foros se encuentra en discutir sobre la temática expuesta en el artículo más que en cómo fue abordada la misma por el medio.

Un dato relevante que se desprende del gráfico anterior es que 45,7% de los usuarios (42% de UNO y 3,7% de Mdz) interactúa con otros. Es por esto que se decidió desmenuzar también el contenido de sus comentarios:

- Comentario sobre la postura de un/os usuario/s frente al hecho noticioso: aquí se tuvo en cuenta que la publicación de un lector repara sobre aquello que uno o más usuarios habían opinado sobre el hecho noticioso y presentara su propio punto de vista.
- Comentario sobre la postura de un/os usuario/s frente al tratamiento periodístico: se trata de aquellas respuestas que parten de lo escrito por otro forista respecto del tratamiento periodístico.

- Comentario sobre el/los usuario/s: fueron tenidos en cuenta los textos realizados por lectores que hicieran hincapié en la figura de otros lectores. En este sentido, se incluyen aquí aquellos que opinan exclusivamente sobre la o las personas que intervienen en el foro.
- Comentario en defensa de lo comentado por otro/s usuario/s sobre su persona: la presente categoría guarda íntima relación con la precedente. Se contemplan aquí aquellos comentarios emitidos por lectores que buscan defenderse de las acusaciones u ofensas que otros foristas realizaron en relación a su persona, no a sus opiniones.
- Comentario sobre la postura de un/varios usuarios frente a otro/s usuarios: se incluyen aquí aquellos mensajes destinados a opinar sobre lo que uno o más comentaristas dijeron respecto a otros.
- Comentario sobre la redacción de otro/s usuario/s: dado que frecuentemente los lectores critican a quienes se manifiestan en el foro con errores de ortografía y gramaticales varios, se decidió establecer una categoría que permitiera contemplar tales casos.
- Otros comentarios: se trata de publicaciones dirigidas a usuarios que no pueden encuadrarse en ninguna de las categorías anteriores.

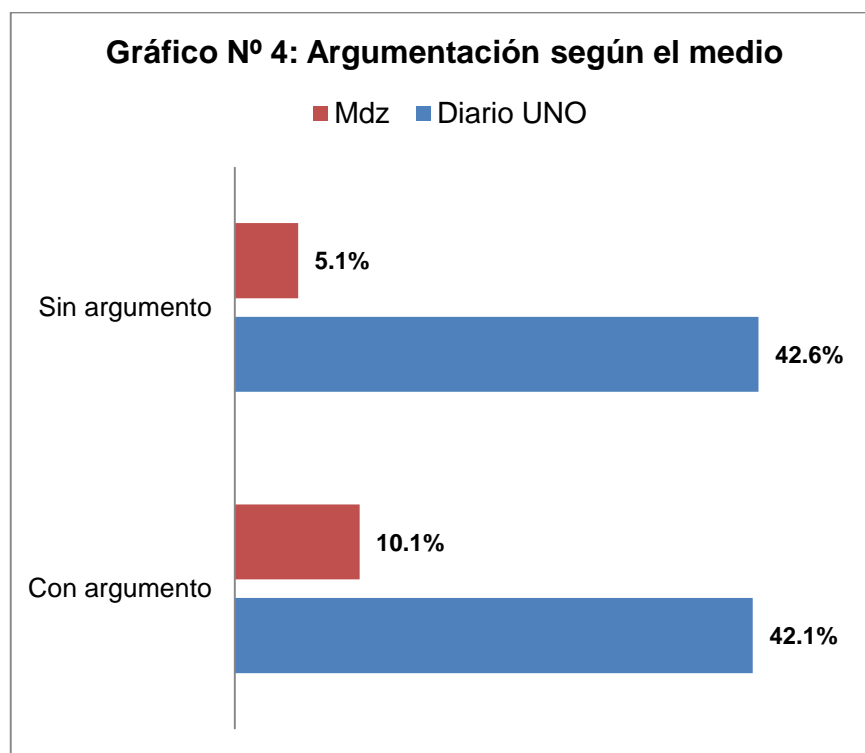


Fuente: elaboración propia.

Nuevamente, aparece como contenido de los mensajes de los foristas el hecho noticioso. En este caso, particularmente, se destaca que lo que motiva a un lector a intervenir en comentarios ajenos es la postura que sus autores tuvieron respecto de aquello que abordó la noticia, no cómo ello fue abordado.

Según su argumentación

Analizar la argumentación de los mensajes pretende determinar si los usuarios justifican las opiniones que vierten en los foros o si, por el contrario, buscan sólo expresarse. Tener en cuenta este aspecto, además, permite establecer una aproximación hacia las interacciones que se producen en el seno de los espacios para comentarios.



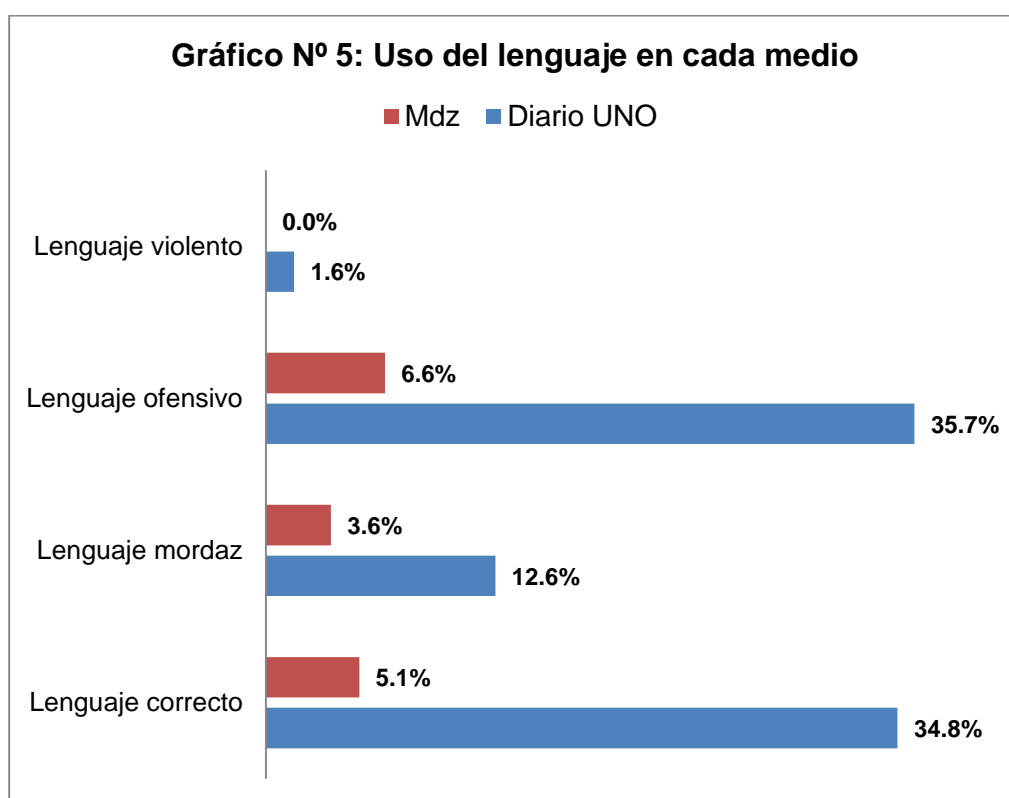
Fuente: elaboración propia.

Mientras que en Mdz la cantidad de comentarios que presentan argumentos (10,1%) duplica la de aquellos que no contienen (5,1%), en Diario UNO las cifras son muy próximas (42,6% a 42,1%, respectivamente). Se concluye de ello que los lectores del primer medio de comunicación buscan no sólo opinar, sino también brindarles sustento a sus dichos, lo cual enriquece el foro y, de modo consiguiente, colabora en la apertura del debate. En cambio, en el segundo, conviven tanto lectores preocupados por ofrecer un mensaje rico en contenido e

interpretaciones como lectores que sólo buscan satisfacer su necesidad de participar.

Según su lenguaje

El análisis del lenguaje empleado por los lectores es otra de las facetas de crucial importancia para la comprobación de la hipótesis de investigación. Por tal motivo se procedió a indagar en los modos de expresión utilizados con mayor frecuencia por las audiencias de los medios analizados.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico precedente permite reconocer que el tipo de lenguaje utilizado usualmente por los lectores de ambos medios es el ofensivo, es decir, aquel en cual se emplean insultos y descalificaciones directas: el 42,3% de los comentarios fueron redactados empleando este modo de expresión. Sin embargo, no puede pasarse por alto que los niveles de lenguaje correcto se encuentran muy próximos, hecho que demuestra, por un lado, que pese a no opinar a favor de la temática en cuestión, las audiencias escogen manifestarse de un modo neutral. Por el otro, podría inferirse que las instancias de moderación cumplen con su función de depurar los foros eliminando aquellos mensajes son alta carga de agresividad. Esto podría ser considerado en el caso de Mdz, donde los insultos

eran poco frecuentes, pero no en Diario UNO, ya que no puede aislarse que la mayoría de las publicaciones ofensivas contaban con ellos.

Las expresiones mordaces ocupan el tercer lugar, hecho que demuestra que el público decanta por las descalificaciones directas (lenguaje ofensivo) antes que por las indirectas (lenguaje mordaz).

En cuanto al lenguaje violento, se destaca que en Mdz no fueron encontradas publicaciones que recurrieran a él, mientras que en UNO, sí. Nuevamente, debe tenerse en cuenta que en el primer medio la moderación es más intensa, según lo explicado por los community managers de ambos diarios, que en el segundo.

Uso del lenguaje de acuerdo a los contenidos

Habiendo analizado individualmente los usos del lenguaje y las clases de comentarios según el tipo de contenido en los dos medios estudiados, se procederá a cruzar ambas variables no ya particularizando en cada diario, sino haciendo hincapié en el conjunto de mensajes analizados.

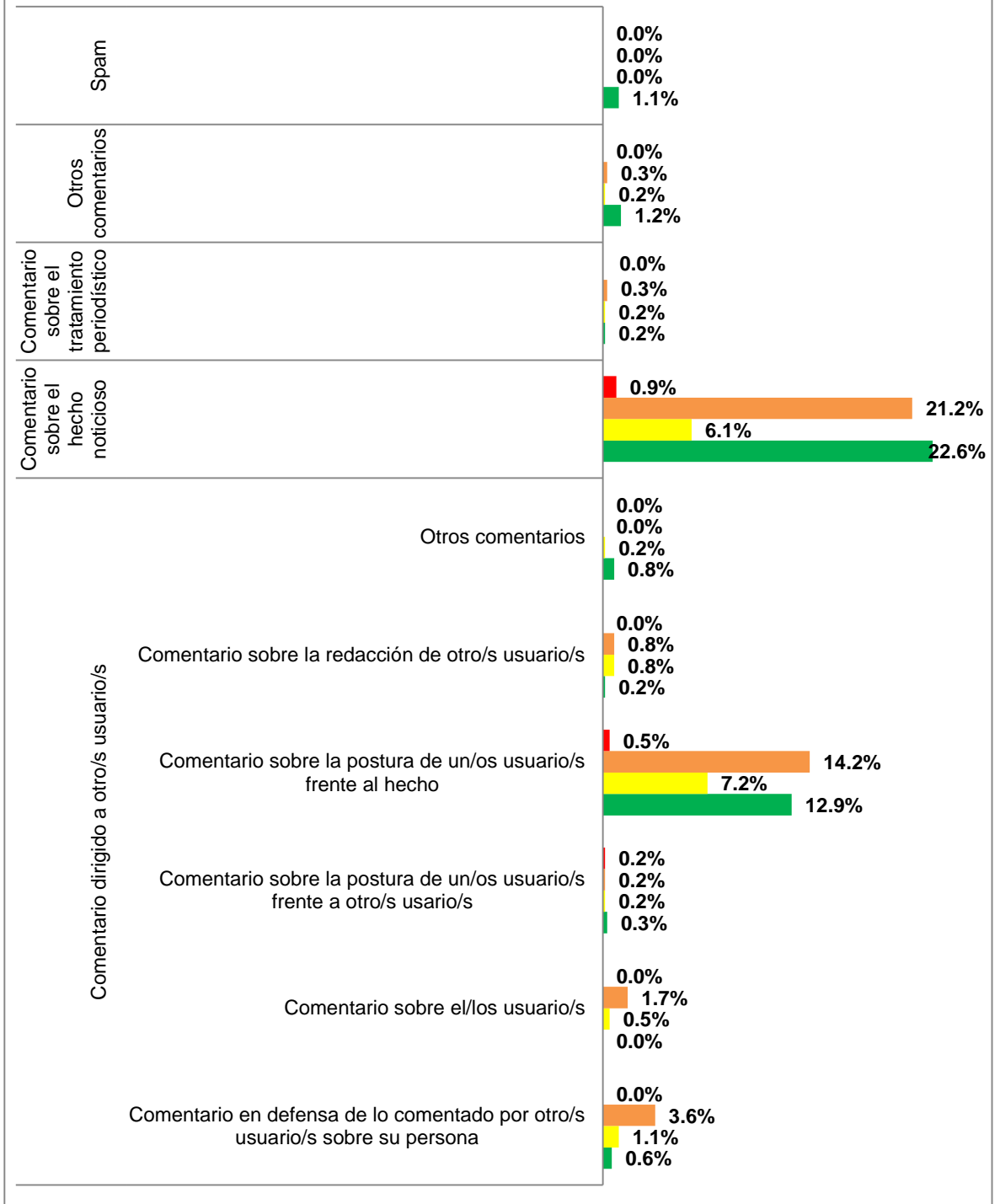
Como podrá apreciarse en el gráfico N° 6, el uso de los lenguajes mordaz, ofensivo y violento –considerados en la presente tesina como manifestaciones agresivas- en conjunto se produce con mayor frecuencia en comentarios sobre hechos noticiosos y aquellos que remiten a la postura de otros usuarios frente al mismo que en publicaciones de otras características.

Analizando los lenguajes empleados individualmente, se destaca que la audiencia se expresa en mayor medida de modo correcto cuando comenta sobre el hecho noticioso. Sin embargo, debe tenerse en cuenta la incidencia que poseen las restantes maneras de comunicarse, ya que si se consideran las manifestaciones mordaces, ofensivas y violentas como un conjunto, se estima que, en realidad, lo que prima en los foros de los diarios online analizados en noticias sociales sobre salud es la agresividad antes que la neutralidad.

Incluso, debe hacerse hincapié en que cuando se trata de opinar sobre lo que otros usuarios comentaron respecto del hecho noticioso el lenguaje que se utiliza con mayor frecuencia es el ofensivo. Este hecho permite inferir que el tono de las discusiones que entablan los foristas no es cordial, sino agresivo.

Gráfico N° 6: Uso del lenguaje según el tipo de comentario

■ Lenguaje violento ■ Lenguaje ofensivo ■ Lenguaje mordaz ■ Lenguaje correcto



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIÓN

En base al análisis que se emprendió de los comentarios realizados por los lectores de Mdz y Diario UNO online en noticias sociales sobre salud pertenecientes al período julio-agosto de 2015, pudo comprobarse la hipótesis de la presente tesina. La misma planteaba que las manifestaciones agresivas de tales usuarios en artículos que abordaban problemáticas referidas al ámbito sanitario giraban en torno de la expresión de opiniones sobre el hecho noticioso más que sobre el tratamiento periodístico del mismo.

Los resultados del análisis de contenido que se aplicó para el estudio de las publicaciones que realizan los lectores en los foros de los periódicos escogidos arrojaron que, independientemente del lenguaje que empleen los usuarios para expresarse, el contenido de los mensajes en proporciones considerables hacían referencia al hecho narrado en la noticia más que al encuadre de la misma. En este sentido, debe hacer hincapié en que la temática seleccionada para establecer el corpus en base al cual se realizó la investigación, es decir, la salud, es un derecho humano fundamental e inalienable. Las opiniones vertidas por las audiencias de Mdz y Diario UNO pretendían, desde diversas perspectivas ideológico políticas, ejercer una defensa del mismo. O más bien, ejercer una defensa de su concepción del mismo.

Utilizando como base la clasificación de lenguajes propuesta por Vicente Fenoll, se pudo determinar que las expresiones mordaces, ofensivas y violentas, reconocidas en la presente tesina como manifestaciones agresivas, en su mayoría eran empleadas por los lectores de los medios analizados para exponer su punto de vista respecto de la noticia.

El estudio de los modos de expresión utilizados por los foristas de acuerdo a los diferentes tipos de comentarios reconocidos a lo largo de la investigación permitió tomar conocimiento acerca de cómo se comunican en los espacios interactivos las audiencias de los periódicos digitales abordados.

Los textos redactados por los lectores de Diario UNO reflejan una carga negativa en términos de agresividad que no presentan aquellos escritos por el público de Mdz.

La escasez de mensajes violentos en Mdz puede considerarse el fruto de la política editorial que lleva a cabo desde sus inicios la empresa periodística en relación al rechazo de la violencia de los foristas. Dicha determinación ha llevado no sólo a la publicación de editoriales y columnas de opinión para reflexionar sobre las intervenciones en malos términos de sus lectores, sino también a reforzar los mecanismos de moderación, grandes contribuyentes en la limpieza de las malas intenciones en el habla de su audiencia. Tal vez el trabajo de recolección de la basura verbal de su espacio para comentarios sea la causa principal de su caos ordenado, ya que si bien no perciben expresiones violentas, las ofensas se reciclan a través de palabras que componen una manifestación de desagrado, pero pese a ello no ameritan su eliminación.

El foro de Diario UNO aún no ha atravesado el camino de la corrección. Desde que adoptó su nueva plataforma –Facebook Comments Plugin-, los mecanismos de control quedaron relegados a un segundo plano, situación que permitió el ascenso de un uso *descontrolado* de dicha herramienta interactiva. El usuario no se ha visto en la necesidad de reeditarse para tener un espacio asegurado en los comentarios. Es un usuario de Internet libre y libre se manifiesta. La cantidad y variedad de insultos que circulan entre los lectores no sólo alarman, sino también demuestran que el medio ha decidido brindar la oportunidad de interactuar, pero, al menos en este sitio, no hacerse cargo de lo que producirse a partir de ella.

Tal como manifestaron los académicos consultados para la presente tesina, el usuario de los diarios digitales, en definitiva, es un usuario de Internet y lleva a costas la carga que dicho rol imprime implícita y explícitamente. Puede juzgarse que el accionar de los medios no responde a la realidad de lo que sus audiencias realizan en el seno de los mismos. Sin embargo, ¿cómo controlar las actitudes de lo que para ellos simboliza un número de IP?, ¿cómo educar a quien no desea ser educado, sino tan sólo ejercer lo que considera su derecho a réplica?

La alternativa de los medios reside en trabajar arduamente en la prestación de un servicio de calidad que propenda a enriquecer el conocimiento de lo cotidiano de una sociedad. Pero aun proporcionando la representación más adecuada y exhaustiva de la realidad para que el público construya opiniones concienzudas, jamás debe perderse de vista la frase ya citada de C.P. Scott: "*Comment is free, but facts are sacred*".

BIBLIOGRAFÍA

Albornoz, L. (2005). *Los diarios online de información general. El caso de los grandes periódicos en español*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Armañanzas, E. (2000). Opinión en el periodismo electrónico: El País, El Mundo y ABC. (U. C. Madrid, Ed.) *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (6), 289-306.

Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los medios?: una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires: La Crujía.

Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, XV.

Aruguete, N., & Zunino, E. (2010). El encuadre de las noticias. En L. Luchessi, *Nuevos escenarios detrás de las noticias* (págs. 37-50). Buenos Aires: La Crujía.

Atorresi, A. (1995). *Los géneros periodísticos: antología*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

Bañón Hernández, A. (2010). Comunicación destructiva y agresión verbal en la Red. Notas entorno al discurso sobre las enfermedades raras. *Discurso & Sociedad*, IV, 649-673.

Benson, J. (1993). *Mass Media, Comunicación y Comuni3n: visi3n cristiana de la comunicaci3n social*. Buenos Aires: Claretiana.

Berlo, D. (1969). *El proceso de la comunicaci3n. Introducci3n a la teor3a y a la pr3ctica*. Buenos Aires: El Ateneo.

Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la informaci3n*. Salamanca: San Esteban.

Borrat, H. (2006). Los periódicos, narradores en interacci3n. En M. De Fontcuberta, & H. Borrat, *Peri3dicos: sistemas complejos, narradores en interacci3n*. Buenos Aires: La Crujía.

Bowman, S., & Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. C3mo las audiencias est3n modelando el futuro de las noticias y la informaci3n*. California: The Media Center del American Press Institute.

Braga, M. L. (1999). La teoría semiológica de Verón. En O. Dallera, M. L. Braga, & K. Vicente, *Seis semiólogos en busca del lector 2. Greimas/Eco/Verón*. Buenos Aires: Ciccus.

Calsamiglia Blancáfort, H., & Tusón Valls, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

Camacho, I. (2010). *La especialización en el periodismo: formarse para informar*. Zamora: Comunicación Social.

Castellanos Díaz, J. (2011). De lo impreso a lo digital. La migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales. *Razón y Palabra* (77).

CEPAL. (2005). *Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social: hacia una gestión basada en el conocimiento*. (M. R. Yáñez, & P. Villatoro, Edits.) Santiago de Chile: Naciones Unidas.

CEPAL. (2003). *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Clarín. (1997). *Manual de estilo*. Buenos Aires: Argentino.

Codina, L. (2003). Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En J. Díaz Noci, & R. Salaverría Aliaga, *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Colle, R. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Conte, G. (25 de septiembre de 2008). *MDZ ingresa en el sistema de registro de lectores*. Recuperado el 23 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Costa Sánchez, C. (2008). Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia. *Revista Latina de Comunicación Social* (63).

Cytrynblum, A. (2006). *Periodismo social: una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía.

Dreyfus, H. (2003). *Acerca de Internet*. Barcelona: UOC.

Eco, U. (1985). *Tratado de semiótica general* (3ª ed.). Buenos Aires: Lumen.

Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social.

Erro, J., & Burgui, T. (2006). Redefinir la ciudadanía desde los medios: denuncias y propuestas desde los temas sociales. *Documentación social* (140).

Esains, V. (20 de diciembre de 2007). *Acerca de foros y foristas en el mundo digital*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Esteinou Madrid, J. (Ed.). (1998). *Espacios de Comunicación 3*. México DF: Universidad Iberoamericana.

Fenoll, V. (2015). El trol de Internet. Estrategias de los usuarios para controlar el diálogo en los medios digitales durante el juicio de Francisco Camps. *Dígitos* (1).

Fenoll, V. (2011). Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales. El caso de la Fórmula 1 en Valencia. *Aposta* (51).

Fernández Calvo, R. (2001). *Glosario básico inglés-español para usuarios de Internet*. Recuperado el 6 de octubre de 2015, de Asociación de Técnicos de Informática: <http://www.ati.es>

Foro de Periodismo Argentino. (2006). *Código de Ética de FOPEA*. Recuperado el 3 de octubre de 2015, de <http://www.fopea.org>

Frías, A. (7 de abril de 2012). *Opinar con responsabilidad: ¿deben los medios online permitir los comentarios anónimos?* Recuperado el 24 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Fuentes Rodríguez, C., & Alcaide Lara, E. (2008). *(Des)cortesía, agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.

García Sandoval, C., & Al-Ghassani, A. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. San José de Costa Rica: Escuela de ciencias de la comunicación.

García Silberman, S., & Ramos Lira, L. (1998). *Medios de comunicación y violencia*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

- Gil, R. (1991). *Periodismo: historia y teoría*. (Vol. I). Barcelona: CLIE.
- Goffman, E. (1970). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Gómez, L. A. (1982). *Opinión Pública y Medios de Difusión*. Quito: CIESPAL.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOC.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- González Borjas, A. (2004). Salud, información periodística especializada en alza. *Ámbitos* (11-12).
- Gouti, G. (2006). Intercambios en los foros de debate: algunos elementos de reflexión para un acercamiento lingüístico. *ELiEs*, XXIV.
- Guazmayán Ruiz, C. (2004). *Internet y la investigación científica: el uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Bogotá: Magisterio.
- Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de Opinión*. Madrid : Paraninfo.
- Halperín, J. (1995). *La entrevista periodística*. Buenos Aires: Paidós.
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (abril de 2004). *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*. Recuperado el 29 de octubre de 2015, de Portal de la Comunicación: <http://portalcomunicacion.com/>
- Instituto Cervantes. (s.f.). *Diccionario de términos clave de ELE*. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Centro Virtual Cervantes: <http://cvc.cervantes.es/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Accesos a Internet. Cuarto trimestre 2014*. Informe de prensa, Ministerio de Economía y Finanzas Pública, Buenos Aires.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Accesos a Internet. Segundo trimestre 2015 (datos provisorios)*. Informe de prensa, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Buenos Aires.
- Internet Archive. (s.f.). *Wayback Machine*. Obtenido de Internet Archive: <http://web.archive.org>

Internet World Stats. (Diciembre de 2013). *South America Stats*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com>

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Kelly, V., Pena, V., & Ríos, M. (2015). *Prácticas del lenguaje en la era digital: palimpsestos siglo XXI*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Lackerbauer, I. (2001). *Internet*. Barcelona: Marcombo.

Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, R., Kleinrock, D., Lynch, D., y otros. (1997). Una breve historia de Internet. *Novática* (130 y 131).

Leñero, V., & Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. México DF: Grijalbo.

MacBride, S. (1987). *Un solo mundo, múltiples voces. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México DF: Fondo de Cultura Económica.

Maletzke, G. (1992). *Sicología de la Comunicación Social*. Quito: Quipus.

Mancera Rueda, A. (2009). Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles. *Discursos & Sociedad*, III, 437-466.

Márquez Hernández, V. (2010). Los contenidos sanitarios en la prensa nacional. *Revista Española de Comunicación en Salud*, I (2).

Martínez Albertos, J. L. (2001). El mensaje periodístico en la prensa digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (7), 19-32.

Martínez Albertos, J. L. (1974). *Redacción periodística (Los estilos y los géneros en la prensa escrita)*. Barcelona: ATE.

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* (págs. 269-332). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Mdz online. (8 de agosto de 2007). Les presentamos Vox Populi, un nuevo canal de participación. *Mdz online*.

Mdz online. (14 de mayo de 2010). *¿Qué se dijo en los foros de MDZ? Desde este domingo, tus comentarios serán noticia*. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (2015). *Acerca de Mdz online*. Recuperado el 20 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (27 de noviembre de 2007). *Aclaración de MDZ sobre la aprobación de mensajes de lectores*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (27 de octubre de 2007). *Aclaración de MDZ sobre la veda y los comentarios de lectores*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (25 de marzo de 2010). *Decilo: Ahora podés entrar y participar de los debates anteriores del "Vox populi"*. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (9 de agosto de 2007). *La comunicación de MDZ con sus lectores funciona a pleno. Mdz online* .

Mdz online. (17 de noviembre de 2010). *Pensamos Mendoza junto a nuestros lectores*. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (25 de marzo de 2010). *Porque los comentarios hacen a la calidad de la noticia decilo, pero decilo bien*. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (7 de agosto de 2007). *Términos y condiciones*. Recuperado el 20 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mdz online. (7 de febrero de 2014). *Un oportuno agradecimiento de MDZ a sus foristas*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Montacuto, R. (30 de enero de 2014). *A los foristas: basta con los agravios*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Mora, F. (2006). *Diccionario de filosofía abreviado*. Buenos Aires: Sudamericana.

Müller, J. (1987-1988). Periodismo interpretativo: una explicación ideológica. *Cuadernos de Información* (4-5).

Naranjo, U. (30 de noviembre de 2007). *MDZ y un foro de lectores sobre la aprobación de mensajes*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Oviedo, J. E. (2010). *El periodismo en Mendoza*. Buenos Aires: Academia Nacional de Periodismo.

Padilla, M. (4 de febrero de 2008). *Democracia digital: ¿participación o violencia on line?* Recuperado el 22 de octubre de 2015, de Mdz online: <http://www.mdzol.com>

Palomino Villanueva, F. (2008). *Manual de Periodismo y Códigos de Ética*. Lima: Calandria.

Paniagua Santamaría, P. (2009). *Información e interpretación en periodismo. Hacia una nueva teoría de los géneros*. Barcelona: UOC.

Pano, A. (2008). Estrategias comunicativas y lingüísticas en listas y foros de debate en Internet. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* (33), 28-44.

Pieper, S. U. (2001). Partidos políticos y apología de la violencia. *Persona y Derecho*, XLIV.

Ponce, G. (30 de mayo de 2015). *El gataflorismo es furor en las redes sociales*. Recuperado el 27 de octubre de 2015, de Diario UNO online: <http://www.diariouno.com.ar>

Ponce, G. (2 de agosto de 2015). *Si cada forista violento adoptara un perrito callejero, se acabaría el problema*. Recuperado el 27 de octubre de 2015, de Diario UNO online: <http://www.diariouno.com.ar>

Presnky, M. (2001). Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales. *On the Horizon*, IX (6).

Quibar, J. (5 de febrero de 2015). *Bienvenidos al nuevo diseño de UNO online*. Recuperado el 27 de octubre de 2015, de Diario UNO online: <http://www.diariouno.com.ar>

Raimondo Anselmio, N. (2012). *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.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española 22ª edición*. Obtenido de Real Academia Española: <http://www.rae.es>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española 23ª edición*. Obtenido de Real Academia Española: <http://www.rae.es/>

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Rodríguez Ávila, A. (2007). *Iniciación a la red Internet. Concepto, funcionamiento, servicios y aplicaciones de Internet*. España: Ideaspropias.

Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Ruesch, J., & Bateson, G. (1965). *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires: Paidós.

Sádaba, T. (2004). Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre. *Política y Sociedad*, XLIII (1), 65-76.

Sal Paz, J. C. (2013). Comentario digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, II (2).

Santibáñez, A. (2013). *¿Ética periodística? Ja, ja, ja (Comentario de un lector escéptico en el blog de El Mercurio)*. Santiago de Chile: Edición Digital.

Santibáñez, A. (1995). *Periodismo interpretativo*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

Schroeder, J., & Zurita, L. (1977). *Introducción a los medios masivos*. Buenos Aires: Bonum.

Shannon, C., & Weaver, W. (1964). *La teoría matemática de la comunicación*. Illinois: Universidad de Illinois.

Simonovich, M. (31 de octubre de 2008). *El Blog De Los Lectores*. Recuperado el 26 de octubre de 2015, de Acerca de este blog: <http://lectoresdiariouno.blogspot.com.ar/>

Territorio Digital SA. (2015). *Nosotros*. Recuperado el 13 de octubre de 2015, de Territorio digital: <http://www.territorio-digital.com>

Trejo Delarbre, R. (2001). Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación* (1).

Universidad de Murcia. (s.f.). *Sindicación de contenidos (suscripción a fuentes RSS)*. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Universidad de Murcia: <http://www.um.es/>

VOX. (2001). *Diccionario ilustrado Latín. Latino-Español/Español-Latino* (22ª ed.). Barcelona: SPES.

Waisbord, S., & Coe, G. (Abril-Mayo de 2002). Comunicación, periodismo, salud y desafíos para el nuevo milenio. *Razón y Palabra*, 26. Estado de México.

Williams, R. (1992). *Historia de la comunicación* (Vol. II). Barcelona: Bosch.

Williams, R. (1978). *Los medios de comunicación social*. Barcelona : Península.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Wright, C. (1972). *Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.

Xifra Heras, J. (1972). *La información: análisis de una libertad frustrada*. Barcelona: Hispano Europea.

Zalba, E. M. (2012). *La comunicación como proceso semiótico*. Documento de la cátedra Semiótica, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Zanetti, L., Serra, J., Sánchez, M., & Sáiz, C. (2000). Investigación exploratorio-descriptiva sobre medios de difusión y comunicación en la ciudad de Córdoba. *Revista Latina de Comunicación Social* (35).

ANEXO

Entrevistas en profundidad

Entrevista a Ariadna Mannuccia, licenciada en Comunicación Social y community manager del turno mañana de Diario UNO online

-¿En qué consiste su trabajo?

-Yo soy periodista, licenciada en Comunicación Social. Me encargo de manejar las redes sociales, Facebook, Twitter, Google Plus, Instagram y el canal de Youtube, aunque de este último se encarga más Multimedia. Además, comparto las noticias en lo que se llama el home del diario, realizo placas en base a los temas de la semana o el día, por ejemplo, el aniversario de la muerte de alguien o el cumpleaños de un famoso, aunque también pueden ser para saludar a los lectores. Lo que buscamos es crear contenidos multimedia para que la gente ponga Me gusta y nos comparta.

En general, estoy todo el tiempo en Internet buscando material, viendo qué puede generar visitas o ser interesante. Mis compañeros suelen tomar información del (diario) papel o están muy abocados a su sección, entonces, les aviso si surge alguna noticia y, cuando están saturados de trabajo, directamente cargo yo las notas.

-¿Por qué se decidió utilizar el plugin de Facebook en vez de continuar con el foro donde se comentaba a partir de un usuario registrado en el diario?

-Hace dos años teníamos una plataforma de comentarios que nos permitía anular un mensaje enviado por un lector, pero no editarlo. Había una premoderación, porque los comentarios no se publicaban automáticamente, sino que tenían que ser aprobados antes por nosotros. Cuando alguien enviaba su opinión, nos aparecía en el sistema, pero no se especificaba a qué nota pertenecía. Lo que se buscaba era que los mensajes no tuvieran malas palabras ni agravios hacia otras personas. Increíblemente, la gente no solía quejarse si después no aparecía su comentario. Después empezamos a utilizar la aplicación de Facebook y, desde ese momento, prácticamente no se modera. Seguimos teniendo muy en cuenta lo que escriben los lectores, pero no es como antes, que el sistema que utilizábamos estaba abocado exclusivamente a moderar contenidos.

-¿Cómo es, entonces, la moderación de los comentarios de los lectores?

-Se trata de eliminar los comentarios que contienen insultos y de evitar que se desvirtúen las conversaciones. Hay casos en que se recurre a la opción de cerrar los comentarios de una nota por políticas de la empresa o porque se trata de un tema sensible. Por ejemplo, si es una noticia sobre Pamela David, los inhabilitamos porque es la mujer del dueño. Sin embargo, no siempre recurrimos a eso, porque si publicamos un artículo sobre (Daniel) Vila y cerramos los comentarios o borramos muchos de ellos porque tienen insultos, después los lectores hablan de censura.

Algo muy interesante que suele pasar es que, por cuenta propia, cada periodista lee los comentarios de sus notas para ver qué se dijo. La gente muchas veces se pone en contacto con ellos por mail, porque sus correos están publicados en las notas. De todos modos, nosotros no tenemos mucha producción propia, porque solemos cocinar cables y las notas del (diario) papel.

También, solemos tomar los comentarios para chequear la información. Por ejemplo, hace un tiempo Los Andes había publicado un anuncio en sus clasificados que, según se decía en aquella época, era de una empresa que se dedicaba a la trata de personas. Nosotros tomamos lo que se decía en los foros y comprobamos que la información era falsa, porque la empresa no tenía ningún tipo de relación con esas actividades.

-¿Se percibe la violencia por parte de los lectores? ¿Qué postura tiene el medio frente a ella?

-Sí, se percibe, sobre todo por la cantidad de peleas entre usuarios. También, aunque no tenga relación directamente con la agresividad, generalmente, vemos que no entienden la noticia y ponen cualquier cosa en los comentarios.

-¿Cuál es su relación con los lectores? ¿Qué estrategias utilizan para cautivarlo?

-En el diario, trabajamos dos personas como community managers. Yo estoy en la mañana y Fabricio Panella, en la tarde. A cada uno le funciona un criterio diferente. Yo tengo un estilo más directo, más formal, y trato de no engañar al lector, cosa que no hace mi compañero. Él juega mucho con la intriga, por ejemplo, pone como título en las redes sociales que se murió un famoso cantante

latino. El lector ingresa a la nota imaginándose que es Chayanne o Luis Miguel y resulta que falleció un artista que era conocido hace 30 años, entonces, se decepciona.

-¿Hay una política por parte de la empresa para atraer comentarios?

-No, no hay una política del medio para atraer más comentarios, sino más visitas, por ejemplo, variamos las formas de atraer a la gente cambiando la foto, la forma de linkear, etcétera. Se busca, principalmente, el ingreso a la nota, que se comparta. Los comentarios no nos dan un beneficio, aunque sí nos sirven de guía para saber si algo gusta.

-¿Cuáles son los temas más comentados?

-La sección Policiales es muy comentada, sobre todo en noticias que tratan sobre la muerte de un ladrón o que dicen que atraparon a uno. Ahí se ven muchos comentarios, más que nada agresivos, porque la gente repudia a los delincuentes. Todo lo que está relacionado con el fútbol también genera muchas opiniones. En las Cholutotas también se comenta mucho y solemos ver que la gente nos critica diciéndonos “Diario UNO, qué interesante” o cosas por el estilo. Las noticias de política, por ejemplo, no son muy comentadas y, generalmente, son siempre los mismos.

-¿Considera que los lectores se manifiestan agresivamente en noticias de salud sobre el hecho o sobre cómo este fue tratado por el medio?

-En temas puntuales, por ejemplo, eutanasia o aborto, la gente opina desde su postura. En cambio, en otros sí es frecuente que se cuestione la ortografía, la línea editorial, las fotos que usamos, etcétera.

En temas de salud, generalmente, las opiniones no tienen relación con la noticia, sino con la postura de otro forista. También pasa que se desvirtúa la conversación cuando empiezan a cuestionarse entre sí por la ortografía o por haberse expresado mal.

Con mi compañero los lectores sí suelen quejarse por esto de que juega a generar intriga con sus publicaciones. La gente le escribe para decirle que se imaginaba que era otra noticia o nos pone: “No entro más, Diario UNO, porque nos vivís engañando”. Incluso, a veces le suele pasar que en las redes sociales

alguien que ya entró a la nota le avisa al resto de qué se trata para que no ingresen y los demás se lo agradecen. Por lo general, cuando vemos que un usuario nos critica mucho, le comentamos su publicación y lo invitamos a que, si está en desacuerdo con nuestra forma de trabajar, deje de seguir al diario.

-¿Cuál es la postura del lector de Diario UNO frente a la agresividad?

-Cuando se trata de un lector agresivo, generalmente, nos mandan mensajes privados para advertirnos de que algún usuario agrede. Si se comprueba que eso es así, se lo bloquea.

Además, la gente nos pide censura. Por ejemplo, en las Cholunotas, cuando ponemos la foto de una chica voluptuosa, por decirlo de alguna manera, piden que Facebook nos sancione. Tampoco les gustan las fotos con cadáveres o sangre, les molestan y nos escriben: “¿Hace falta poner esa foto?”. Si utilizamos ese tipo de contenidos, en definitiva, nos tildan de amarillistas.

En una oportunidad, publicamos una foto de una guerra donde salían unos 20 cadáveres tapados y no les gustó para nada. Sin embargo, sí les gustó cuando hicimos una placa sobre Aylan, el nene sirio, que decía: “Esto nos duele a todos”. De hecho, la compartieron y comentaron favorablemente, compartieron sus sentimientos. La gente nos pedía poner fotos de acá y nos dio la idea de continuar con la campaña.

Entrevista a Rodolfo Pardo, técnico en Programación Superior y coordinador del área Redes Sociales de Mdz

-¿Cuál es el rol de los community managers en el diario?

-El trabajo del community, en este caso, de Mdz, se basa mucho en la moderación de contenidos. Por moderación de contenidos me refiero a que el community hace de visor externo de lo que es el diario y ve los errores de ortografía, todos los errores que se cometen los puede ver un community desde afuera. Esa es nuestra principal función en el diario.

La segunda es publicar las noticias, pero siempre con una moderación adecuada y con un lenguaje diferente a lo que publica el diario. La idea es no publicar siempre los mismos títulos que utiliza el diario, sino plantearlos de otra manera, un poco más informal, para que la gente los entienda y dé un poco más la lectura.

La tercer función es lograr más Me gusta, más compartidos, viralizar la nota lo más que se pueda y la cuarta es la lectura ¿Qué pasa con el tema del número de lecturas? Muchas veces estamos tan influenciados a generar lecturas para el diario que a veces este cuarto objetivo se posiciona como segundo o primero, lo cual considero un error principal y es lo que tratamos de evitar hacer. A veces vamos en búsqueda de tantas lecturas que cometemos cierto tipo de errores que no se tienen que cometer o publicamos noticias que son bastante bizarras y tenemos que tener cierto tipo de moderación.

Ese es nuestro trabajo; son cuatro objetivos que se van intercalando entre sí y se van interrelacionando.

-En relación a los comentarios de los lectores, ¿existe un moderador?

-A veces intentamos poner moderadores de acuerdo al tema que se especifique en particular. Por ejemplo, si es la muerte de alguien, tratamos de poner un moderador en ese tipo de publicaciones. Pero hay otras que es imposible, porque una publicación en Facebook o en Twitter da vueltas todos los días y estar permanentemente detrás de esa noticia es casi imposible. Se puede estar los primeros treinta minutos o el primer día, pero seguramente al tercer día hay un usuario que seguro comentó algo y no lo vas a ver, porque ya en el timeline de Facebook y de Twitter esa noticia fue a parar abajo y uno ya no lo ve,

porque está concentrado en el día a día. Entonces, es casi imposible hacer moderación en redes sociales. Debería haber una persona dedicada a esto, pero no sé si se puede lograr, más en los medios de Mendoza.

-¿Cuentan con un moderador para los comentarios que se producen en el diario?

-Tenemos un moderador que gira de acuerdo al horario de turno y modera todo tipo de contenidos. Es, por decirlo de alguna manera, un curador de contenidos.

-¿Qué criterios utiliza para la moderación de contenidos?

-Lo principal en la moderación es no aceptar los comentarios subjetivos; siempre desde el punto de vista objetivo van a ser aceptados. Cuando se entrometen con la persona o cuando vienen con intereses propios en contra de alguien, no los aceptamos, ahí tenemos que moderar.

-¿Existe un criterio unánime de moderación entre los distintos moderadores o se perciben diferencias en este sentido dependiendo de quién se trate?

-Yo soy el jefe del departamento y hay dos más. Lo que hemos hecho son criterios de publicación tanto en Facebook como en Twitter. Son criterios preestablecidos para que no existan diferencias entre el community de la mañana y el de la tarde, es decir, que sigan un criterio objetivo y que sepan cómo actuar en casos concretos, por ejemplo, sismos, últimos momentos, alertas.

-Hace unos años el diario publicó una nota solicitándoles a los lectores que bajaran el tono agresivo de sus comentarios ¿Se perciben diariamente manifestaciones violentas?

-Sí, sobre todo en redes sociales. Yo hice una nota en el diario donde decía que las redes sociales eran la cloaca de la sociedad. Debido al anonimato que circula en las redes sociales y la falta de legitimidad que hay en Facebook y Twitter, aprovechan para decir cualquier barbaridad contra otras personas, porque nadie regula. Se amparan en que no hay un marco legal que determine lo que no deben hacer en las redes sociales. En cambio, en los comentarios del diario, ya tenés un foro predeterminado con cierto tipo de reglas que se deben respetar, mientras que en las redes sociales reina el libre albedrío.

-¿Por qué es necesario dicho marco legal?

-Ningún abogado se anima a hacerle un juicio a Facebook, Google o Twitter, porque no hay un marco legal y eso es urgente, porque la gente y los propios medios lo piden. Se genera una nube de insultos en las discusiones, tanto a favor como en contra.

Yo creo que ese marco legal que hoy no está ha dividido la sociedad y ha hecho que no se pueda hablar de política en ningún lado ni de temas que han sido candentes en las redes sociales. No hay una legislación que exija hablar con educación, por lo que en redes sociales es muy probable que se recurra a insultos, porque no se le puede iniciar un juicio a nadie. De hecho, puedo asegurar que cada uno le ejerce bullying a alguien dentro de Facebook en alguna nota. Incluso, hay prácticas que llevan adelante otros diarios, que no voy a nombrar, en las cuales el mismo community manager tiene cuatro usuarios abiertos al publicar una nota. Entonces, el community utiliza alguna de esas cuentas para agredir a cualquier persona que publica y, entre comentario y comentario, se va viralizando la noticia. Es verdaderamente alarmante que eso pase en medios de comunicación

-Son estrategias de posicionamiento.

-Sí, pero hasta cuándo, teniendo en cuenta los cuatro objetivos del community manager que mencioné al principio, la lectura, que es el cuarto, se puede posicionar en primer lugar. Evidentemente, es un error muy grave, porque la tenés que tener en el último y pensar en hacer un contenido más útil. No digo que los medios no solamos cometer ese tipo de errores por la presión de que un día estamos bajos de lecturas, pero creo que hay que frenarse a reflexionar porque si uno es el community manager, es la voz de la empresa y que caer en este tipo de prácticas lleva a que la empresa diga algo que se convierte en una toma de posición frente a la sociedad.

Incluso, pasa lo que yo llamo la gran mentira. Por ejemplo, se publica una nota en Espectáculos sobre una famosa chocó y le digo a la gente que entre a la nota para ver cómo fue el accidente. La noticia logra tantas entradas que las lecturas del diario se disparan, pero vemos que abajo hay comentarios de los mismos que leen la nota diciendo “¿cómo van a publicar esto?”, “¿a quién le interesa esto?” o insultando al diario. Lo irónico de la situación es que ellos son los que fomentan la

aparición de ese tipo de contenidos porque los leen, pero abajo mienten. Entonces, generan repudio de modo permanente.

Toda esta situación ha generado que las redes sociales, al ser tan virales, hayan marcado una postura que ha llevado a la división de la sociedad. Además, por falta de ese marco, se han vuelto poco serias y no hay campañas de respeto en Facebook, porque no son virales, no venden.

-¿Cuáles son las agresiones más usuales? Por ejemplo, insultos, ironías, discriminación.

-He encontrado muy pocos casos de discriminación. Las ironías pueden llegar a ser aceptadas siempre y cuando sean cómicas; a veces las redes sociales se prestan mucho para eso. Insultos sí hemos encontrado muchos, tanto hacia la persona que publica como hacia el entrevistado.

-¿Qué resulta más frecuente, encontrar manifestaciones agresivas sobre cómo fue tratado periodísticamente un hecho o sobre el hecho noticioso en sí?

-Ahí entra la subjetividad a la que hacía referencia anteriormente. Si se cuestiona mucho al autor o a quien está siendo entrevistado, es porque se trata de un comentario muy subjetivo. Generalmente, a los que cuestionan la entrevista en sí no los moderamos, porque son objetivos: nos dicen qué les hubiera gustado ver en la nota o cómo la hubieran encarado. Por ejemplo, si entrevistamos a “Paco” Pérez para hablar de la crisis de la provincia, pueden decirnos que les hubiera gustado que encaráramos la problemática del agua si nosotros la habíamos planteado desde una perspectiva económica. El comentario sería subjetivo si se insulta al gobernador porque es de otro color político o al entrevistador. Entonces, en esos casos moderamos.

-¿En qué temas considera que hay mayor cantidad de lectores agresivos?

-En temas de política, son bastante agresivos. En realidad, depende de la publicación. Por ejemplo, si lo llevás a las redes sociales, lo bizarro da mucho lugar a que se produzca eso. En cambio, en el diario se produce mucho más en lo político, porque es un diario político, lo que genera muchos pros y contra.

-Según la community manager de Diario UNO, sus lectores suelen denunciar en las redes sociales aquellas publicaciones que consideran ofensivas ¿Le sucede lo mismo a Mdz?

-Diario UNO comete cierto tipo de errores en Facebook, como publicar títulos incompletos. Por ejemplo, publica “Se suicidó” porque busca generar lecturas. En ese caso, la cuarta función del community manager que yo mencioné pasa a ocupar el primer lugar y ahí es donde se cometen errores. Volviendo al ejemplo, si se postea en Facebook “Se suicidó”, al lector le cruza por la cabeza una infinidad de cosas: se suicidó el gobernador, se suicidó la Presidenta. Hay mil y un opciones para completar el título y, entonces, se decide entrar para ver quién es. Cuando entra, se da cuenta de que fue Jennifer no sé cuánto de Estados Unidos. Así, entra en la bizarreada y ahí es cuando la gente denuncia las publicaciones como spam. Por eso es que le pasan ese tipo de cosas a Diario UNO. Si se repasa su Facebook, son todas notas con títulos incompletos ¿Generan lecturas? Sí, pero el día que tenga que dar una noticia seria le va a costar, porque la gente va a considerar que se trata de otra bizarreada más. Por ejemplo, a uno le interesa saber si se suicidó alguien importante o si subió el dólar, pero no le va a creer, porque el medio ya viene con bizarreadas históricas.

Este tipo de acciones generan muchas reacciones en contra y a veces los diarios jugamos mucho con esto y está mal, porque después nos quejamos de la violencia de la sociedad y la violencia de la sociedad la generan también los medios de comunicación. Si uno hace ese tipo de publicaciones en Facebook, evidentemente está generando violencia para que se comente y que, entre comentario y comentario, se empiecen a insultar.

-¿Existe un perfil del lector de Mdz o es muy heterogéneo?

-Es heterogéneo, pero más político. El perfil abarca a los mendocinos de entre 25 y 35 años que les gusta la política.

-¿Participa ese tipo de lectores en los distintos espacios interactivos propuestos por el medio o se limita a leer noticias?

-Lee y participa mucho en los foros que tenemos dentro del diario. En las redes sociales, es otro tipo de público. Aparte de lo político, tenemos contenidos sobre tecnología y espectáculos, que funcionan muy bien. Ahí tenemos diversidad, pero

al diario puro lo lee el típico empresario de 25 años interesado por la política, la actualidad y la sociedad.

-¿Se le ofrecen contenidos especiales al lector de acuerdo a sus preferencias?

-Sí, tenemos una política de e-mail marketing, mediante la cual a todos los usuarios que se registran en el diario se les realizan preguntas para conocer sus preferencias y se les dan opciones para elegir en las diferentes secciones. Todo ello se dirige al departamento de Marketing digital y, en base a la base de datos, se les envían contenidos de su interés. Se intenta hacer, en definitiva, una recirculación de las lecturas.

-En ocasiones, sobre todo en el caso de los columnistas, puede apreciarse que el periodista participa en los foros cuando se ha aludido a él o a su artículo ¿Es una política de la empresa que se produzca esta conexión con el lector o es algo personal de cada periodista?

-No, es algo más personal de periodista. Siempre que tenga educación en la respuesta, será bien recibido.

-¿Por qué decidió Mdz utilizar en su foro la modalidad de registro de usuarios y no el plugin Facebook Comments, como emplea Diario UNO, para hacer responsable al lector directamente por sus comentarios?

- Lo que puedo decir es que Diario UNO usa el plugin de Facebook por otras razones. Al comentarse una nota dentro de Facebook, se logra que se viralice y el objetivo principal de UNO es generar visitas, más allá de respetar al lector.

Nosotros hemos debatido entre poner el plugin o poner los comentarios dentro del diario, que sí respetan la opinión del lector. Si se entrevista a una persona para conocer cómo creció su empresa y debajo aparecen mensajes de Facebook que la cuestionan porque tuvo un accidente, no se está respetando al lector. Como eso pasa en Facebook, si usamos su plugin, no vamos a poder moderar. En cambio, si ponemos un moderador propio dentro del diario, vamos a poder moderar ese comentario, porque está dentro de una nota y así evitamos que salga de ese contexto.

Si utilizáramos el plugin de Facebook no sólo no respetaríamos al lector, sino también al entrevistado, porque es muy probable que jueguen muchos intereses

personales que lo afecten y eso es algo que no queremos ver en el diario. De ahí la disputa entre plugin y no plugin. Usar el plugin de Facebook, en definitiva, es meter una cloaca dentro del diario.

-Varios medios de comunicación optar por bloquear a aquellos usuarios que ha detectado que se comportan de modo agresivo. La community manager de Diario UNO, por ejemplo, explicaba que en ocasiones recibían denuncias por parte de los lectores sobre algún forista en apariencia violento, hecho que los obligaba a chequear si esto efectivamente era así para decidir qué hacer al respecto ¿Qué opina sobre este tipo de medidas?

- Tengo una opinión muy personal en relación a eso, porque considero que es una mala política de redes sociales. Hay que proyectar las redes sociales como la vida real en todo tipo de política. Cuando un niño hace mal las cosas, ¿se le prohíbe hacerlas o se lo va educando? Se lo educa. Entonces, al lector que publica mal dentro del diario lo tenés que educar, no bloquearlo, porque al hacerlo le generás más incidencia y repele el diario aún más. Acto seguido, como no hay un marco legal dentro de Facebook, se va a crear miles de usuarios falsos y va empezar a llenar la página de comentarios negativos. En cambio, Si lo educás, lo invitás a que comente dentro del diario y no en Facebook, y, en caso de que no nos guste su comentario, le vamos a mandar un mail explicándole que nosotros no aceptamos ese tipo de mensajes.

-Cuando ven un lector realmente agresivo, ¿de qué manera lo educan?

-De esa manera. Si no se educa de esa manera, aparecen los trols, que son personas que directamente se crean usuarios para hacer daño. Es decir, si ya no se lo puede educar al usuario es porque directamente es un trol, mandado por una persona a hacer daño en redes sociales, los foros del diario, etcétera.

-¿Han detectado la presencia de trols en el foro del diario?

-No, en el diario, no, pero en las redes sociales, sí.

-¿Toman en cuenta los comentarios para ampliar o chequear información?

-Sí, eso se llama filtrado de redes sociales, pero no hacemos en los comentarios, sino en otras cuentas. Por los comentarios no podemos guiarnos, porque eso va directamente al chequeo de información, pero sí por los reportes

que nos envían otros usuarios. Tienen un proceso en el cual se toma el comentario, se lo filtra para saber si es fiel con la marca, cuántas veces ha reportado, etcétera. Una vez que el mensaje pasó este filtro ingresa al filtrado de periodismo, donde se decide si se chequea la información. Luego, se publica.

En realidad, nos fiamos de nuestros lectores de mayor confianza, no por un comentario, y nos guiamos también por otros diarios del mundo, de los cuales también sacamos información importante.

Entrevista a Mario Simonovich, licenciado en Comunicación Social, experto de la Tecnología y la Web 2.0, autor del blog Apuntes de Periodismo Digital, periodista y editor de Mdz online, y ex jefe de Noticias y Contenidos Especiales de Diario UNO online

¿Cómo ha sido la evolución de las herramientas interactivas que los medios digitales de la provincia le han ofrecido al público desde sus orígenes?

Empezaron a utilizarse alrededor de 2008, lo recuerdo porque gobernaba Celso Jaque y la primera avalancha de comentarios para moderar eran insultos al malargüino.

En líneas generales, los comentarios tienen la lógica de los comentarios de blogs, es decir, por ejemplo, si tenés un blog en Blogger, vos tenés la opción de publicar todos los comentarios o solamente publicarlos cuando vos lo decidís. En la prensa online sucede lo mismo. Tanto en UNO como en Mdz y en el resto de los periódicos online, en el administrador, se le llama así al programa que un periodista utiliza para escribir las notas, cargar las fotos y publicar, etcétera, incluye una parte de comentarios donde aparece un listado con los comentarios pendientes para publicar. Un editor los lee y luego decide publicarlos. Y la opción Facebook, que identifica al usuario que comenta, que puede ser desde el mismo Facebook o como widget instalado en el sitio, como lo hace UNO.

Si has leído Apuntes de Periodismo Digital, una de las cosas que hace mucho escribí allí y que no ha cambiado en el periodismo local es la lógica del periodista-multiprocadora-Moulinex, por una vieja publicidad. Por ejemplo, en La Nación Line, los comentarios los lleva un grupo de personas que se dedican a tener contactos con los lectores, inclusive no trabajan dentro de la redacción de ese diario. Tiene un sistema que publica todo y luego los mismos lectores deciden bloquear comentarios. Además, allí los comentarios no forman parte del cuerpo de la nota, es decir, hay que hacer clic para leerlos, no como acá, que llevan a que muchos ni lean la nota y hagan para abajo para leer sólo comentarios.

Por otra parte, por mi experiencia en UNO y Mdz, aún el tema comentarios no pasa por los community managers, sino por los editores del momento.

A nivel local no se ha avanzado en herramientas más modernas para comentarios. Es un tema no resuelto, en el sentido de que es un asunto no

predecible en cuanto a cómo puede reaccionar un lector ante una determinada noticia. En lo personal, he experimentado que cuando borrás comentarios que son 100% agresivos, el usuario se da cuenta y de a poco empieza a escribir mejor, a convertir su bronca en crítica constructiva.

En relación a los espacios para comentarios, ¿qué cambios significativos han introducido los diarios analizados?

Para mí, la mejor nota de evolución ha sido de La Nación, es decir, separar el comentario de la nota, dentro de la misma nota. Mendoza Post, por ejemplo, directamente no los publica en la nota y los deriva a Facebook. No creo que tenga que ser así. Es bueno que sigan publicándose dentro del diario, pero según mi criterio, separado de la noticia, ya que un periodista no escribe con insultos ni con lenguaje de Twitter. Pero como dije antes, es un tema que aún los diarios no se han puesto a trabajar en serio y es porque el periodista/editor/director no sabe qué hacer y el community manager quizá tenga más respuestas, pero prefiere prestar atención a lo que dicen Twitter y Facebook, más que a los comentarios dentro del mismo espacio web del diario.

En su opinión, ¿qué caracteriza al forista mendocino?

Aquí un poco el medio es el mensaje, porque el forista sabe qué mensaje escribir en cada medio. Por ejemplo, he visto que en Los Andes los comentarios muestran un nivel cultural algo más elevado que el resto, pero si ves los apodos, vas a encontrar a muchos en común en todos los diarios, nada más que no se expresan igual. A nivel general, tomando en común a todos los diarios, son usuarios a que les gusta hablar mal de otro, insultar, a veces meter cosas interesantes, y son individuos de clase media y media alta, con conocimiento de política, y en su mayoría antikirchneristas, por definirlos de alguna manera. Pero no logran constituir la mayoría silenciosa: es decir, el resultado de una encuesta online, ya sea de Los Andes, UNO o Mdz, tira una aproximación de la realidad, pero no es un indicador exacto. Me ha pasado como docente en escuelas secundarias que hay un fragmento importante de adolescentes, de 13 a 17 años y creo que más, por lo menos, que están muy lejos de la prensa digital. En su momento, se pensó en los suplementos de rock para atraerlos, pero no se logró. Del modo que los usuarios no son indicadores exactos de opinión pública.

En caso de que tenga conocimiento de ello, ¿por qué Mdz online dejó de llamar a su foro Vox populi, vox dei?

No sé. Quizás hubo una primera etapa que mucho tuvo que ver el diseño, que sugería utilizar ese nombre. En la redacción, al menos desde que trabajé allí, ni se ha hablado del tema.

En sus comienzos, Diario UNO contaba con un registro de usuarios, por lo que era necesario poseer una cuenta en el medio para poder comentar ¿Conoce por qué decidió abandonar dicha modalidad y adoptar el plugin Facebook Comments? ¿Qué beneficios le otorga a un medio utilizar dicha aplicación?

Menos trabajo para la redacción y poder identificar al usuario, con el fin de reducir los comentarios agresivos. Un diario digital se ve muy cargado de noticias, pero en Mendoza son pocas las personas que trabajan en una redacción, entonces al recurso humano hay que usarlo al máximo en lo que tenga que ver con periodismo. Facebook, según mi criterio, despersonaliza un sitio, por un lado, pero por otro logra que se muestre el rostro de quien comenta.

¿Cuáles herramientas de moderación considera efectivas y cuáles ineficaces?

Desconozco desde lo técnico qué herramientas de moderación son efectivas o no. Prefiero el sistema de La Nación Line, es decir, que sea la misma gente la que avise y decida dar de baja un comentario.

Usted suele reflexionar sobre las innovaciones en materia de contenidos que deberían realizar los medios digitales para optimizar el servicio que prestan ¿Cuáles considera que deben llevarse a cabo en los espacios para comentarios?

Creatividad y buen diseño para ejecutarlas. Por ejemplo, no apostar solamente al comentario, sino también a múltiples encuestas, como hace Mdz, o argumentaciones, por ejemplo, una encuesta más dos opiniones de un tema. Se podría avanzar más en convertir una encuesta en una suerte de minivideojuegos, que esté más a tono con el usuario de un celular y de la red. Por ejemplo, hace muchos años La Nación hacía diez preguntas para un felicitado: eso mismo se puede hacer con la lógica de videojuego.

Otra cosa que habría que ponerse en serio y ver cómo implementar es la conformación de comunidades específicas de temas, por ejemplo, educación. Es

decir, que haya un espacio de permanente debate sobre la secundaria, por ejemplo. Un tema que a mí me interesa mucho y al que los medios le tienen miedo es el aborto versus el derecho a la vida. Por ejemplo, no existe un espacio donde una mujer que vivió esta experiencia comparta su dolor. Esto es porque hay que instalar el tema, me refiero a la idea de formar comunidades de usuarios por temas, buscar la forma creativa de implementarla. Podría ser mediante una realidad virtual, del modo que, por ejemplo, arquitectos mendocinos y mendocinos residentes afuera puedan compartir sobre cómo mejorar la infraestructura local en el tema viviendas, o que científicos debatan a fondo y permanentemente el tema agua y minería.

Si aún no se ha hecho, es porque existe una lógica que, por un lado, se entiende y, por otro, hay que superarlo: el criterio de que lo más valioso es el tráfico permanente de lectores. Por ejemplo, me llevó tres meses armar una nota –“La Argentina que recibió CFK y la que entrega”- y apenas superó las 5.000 lecturas. Y por ahí saco un video viral de YouTube y eso me da en un día 6.000 visitas. Esfuerzo más tiempo más calidad periodística versus cantidad de contenidos y visitas. Aún los medios de Mendoza y de gran parte del país no han logrado la ecuación económica para apostar a proyectos de calidad e innovación que impliquen resignar cantidad de visitas.

Entrevista a Natalia Raimondo Anselmino, doctora y licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR), investigadora asistente del Conicet (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas), docente investigadora en la UNR y la Universidad Abierta Interamericana (UAI), miembro del Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y del Consejo Editorial de la revista La Trama de la Comunicación

*-¿Cómo describiría los comentarios agresivos en los foros de medios online?
¿El lector se expresa de modo violento sobre la temática abordada en la noticia o sobre el tratamiento periodístico de la misma?*

-Hace un par de años que no me detengo en los comentarios. Después de que terminé mi tesis de doctorado, me empecé a dedicar a otras cosas. Ahora estoy trabajando con los diarios online investigando sus cuentas en las redes sociales Facebook y Twitter. Pero después de haber visto muchos comentarios, analicé en total más de 7.000, no me pareció que estuviese emparentado con el tema. Incluso, hay varios autores que no se centran en analizar los posteos negativos, sino que estudian los modos de interacción en los comentarios, y aparece siempre que los usuarios tienen cierta tendencia a expresarse de un modo que no utilizarían si tuvieran a la otra persona cara a cara. Eso aparece en muchas investigaciones, pero no en relación a un tema en particular.

Los comentarios tienen la fisonomía de un discurso polémico y el discurso polémico es muy propio de un tipo de discurso político, aunque esto no quiere decir que uno podría ubicar todos los comentarios de los lectores dentro del discurso político. Si los ubicamos desde un punto de vista dialógico, por ejemplo, desde el de Bajtín, quien analiza las diferentes operaciones dialógicas que pueden aparecer en los discursos, que son la estetización, la parodia y la polémica, que puede ser explícita o implícita. Los comentarios generalmente son discursos polémicos, porque el comentarista muchas veces polemiza. La pregunta ahora es con quién polemiza, es decir, quién es su contradestinatario, que es una categoría propia del discurso político propuesta por Eliseo Verón. El contradestinatario es aquel destinatario negativo del discurso, es decir, aquel al que va dirigida la cuestión polémica del discurso.

-¿Para qué le sirve a un medio de comunicación contar con espacios para comentarios?

-Una cosa es cómo empiezan a incorporar los diarios los espacios de los comentarios y después para qué les sirven, que no creo que lo hayan tenido claro desde un principio. Creo que los fueron incorporando, en general, por seguir los desplazamientos de la audiencia.

Los diarios online no sólo compiten con otros diarios. Antes los medios competían con productos similares: La Nación competía con Clarín; los dos diarios locales de Santa Fe, La Capital y El Ciudadano, competían entre sí por la compra del producto. Pero lo que sucede hoy con el consumo cultural en general es que todos los medios compiten por el tiempo de ocio de la audiencia, que es limitado y muy diferente del de hace diez o 15 años atrás. Entonces, los diarios no sólo compiten con otros diarios, sino también con otros espacios en Internet a los que se dirige la audiencia.

Los diarios grandes cuentan con mucha información sobre la actividad de sus audiencias y, generalmente, tienen consultoras a las que les compran información, por lo que saben hacia dónde está yendo la audiencia. Entonces, si ven que se les está yendo a Facebook, Instagram o Twitter, cuentan con dos posibilidades: o la atraen a su sitio ofreciéndole ese mismo tipo de productos o un producto similar, o se dirigen a ese lugar en el que se encuentra su audiencia para tratar de tener presencia allí, que es lo que pasa con los medios y las redes actualmente.

El surgimiento de los comentarios fue un poco así. Los medios vieron que la gente, por el tipo de conducta que estaba teniendo, tenía la necesidad de expresar su opinión respecto de las cosas. Empezaron, entonces, a aparecer los blogs y los foros entre 2005 y 2006, que es el período anterior a que comenzaran a aparecer los comentarios en las noticias. Si la gente necesita participar y empieza a migrar a espacios que le permiten esa participación, entonces los diarios tienen que permitir esa participación.

Con respecto a para qué le sirve a un medio de comunicación tener un espacio para comentarios, se ve en los diarios que, como La Nación, tienen mayores posibilidades económicas y mediáticas para incorporar la participación a la

cadena de valor. Es decir, es un plus más que le ofrecen a su audiencia. Así como la calidad informativa y el chequeo de las fuentes, la posibilidad de participar es un valor más del producto.

Me parece que de un tiempo a esta parte lo que los medios hacen es ampliar la experiencia del usuario, un término que se está trabajando mucho para pensar en los productos de Internet. La experiencia del usuario no sólo pasa por leer una noticia, sino por comentarla, ponerse en contacto con otros lectores, constituir allí una comunidad, mirar videos, informarse del clima, etcétera. Los comentarios forman parte de esa experiencia de usuario y hacen que uno pueda retener un poco más de tiempo al usuario dentro de un sitio.

-En relación a este tema, al analizar los foros de los dos diarios analizados se observó que ambos poseen políticas distintas en relación a la participación de los lectores. Diario UNO comenzó siendo un diario impreso y, posteriormente, editó su versión online. En un primer momento, su espacio para comentarios funcionaba con un sistema de registro de usuarios, que luego reemplazó por la aplicación Facebook Comments. Según su community manager, desde entonces la moderación no es tan intensiva. Mdz es el primer diario puramente digital de Mendoza y, en cambio, recurre al registro de sus usuarios y desde sus inicios ha utilizado columnas y editoriales para opinar sobre el rol y el accionar de sus foristas, y promocionarse como un medio que favorece la participación. Incluso, ha tomado comentarios de sus lectores para elaborar noticias ¿Cómo puede entenderse la experiencia del usuario en cada caso?

-Son dos productos distintos. No es lo mismo la edición digital de un diario papel que un diario directamente online. Se comprende que tengan estrategias diferentes porque son dos medios distintos. Sin embargo, La Nación, que es la versión digital de un diario papel, tiene la misma política que Mdz.

Los grandes diarios ensayaron prácticas de periodismo ciudadano, que podría ser caso de tomar el comentario del lector para construir una noticia. Creo que se ha trabajado poco respecto de la respuesta de los medios a los comentarios de sus notas. Son muy pocos los diarios que hacen notas a raíz de los comentarios de lectores. No me refiero a notas en las que el diario haya realizado una investigación sobre la denuncia de un usuario o el aviso de algún inconveniente en el servicio público, sino a notas haciendo alusión a la participación de los

lectores. En el período que analicé los diarios La Nación y Clarín, no vi algo así. Sí aparece en Crítica, el diario que fundó Lanata. Yo iba a investigarlo, pero como se cerró no lo pude estudiar. Sin embargo, pude comenzar a analizar los comentarios de Crítica y vi que el propio Lanata escribía de vez en cuando alguna columna sobre la opinión de los lectores. Me resultó muy interesante, porque me pareció muy significativo que se asombrara de la participación agresiva de los usuarios. Si uno se asombra es porque desconoce las condiciones del medio, por medio no entiendo el diario, sino Internet. En Internet sucede esto hace mucho tiempo y no sucede sólo en los diarios. Entonces, asombrarte de que la gente actúe de ese modo es desconocer cómo funciona el usuario en Internet. Si el usuario cuando opina, opina así en Facebook, Twitter, en un blog o un foro ¿Por qué va a opinar diferente en un diario?, ¿porque es un diario? Es interesante relevar por qué los medios creen que lector de diarios digitales es un usuario con competencias diferentes al usuario en general. El lector online es un usuario de Internet y trae consigo todo lo que implica ser un usuario de Internet.

Hay diarios que han podido controlar más la agresividad, pero ahí deben analizarse los mecanismos de control de la participación de las audiencias. Ellos dependen del medio y su estructura. Se debe tener en cuenta si tienen una política de participación y recursos humanos que la controlen.

-¿Qué opina de los términos y condiciones que utilizan los diarios para especificar qué clase de contenidos aceptan y su política en relación a la eliminación parcial o permanentemente de un usuario?

-Por un lado, las normas y políticas del sitio son un requisito legal, por lo que todos los abogados aconsejan que un medio las tenga. El diario no puede no darlas a conocer, aunque sepa que no conducen a nada, porque al menos se está resguardando legalmente.

Por el otro, la capacidad de acción que el medio posea en relación a esa política depende de la cantidad de personas que tenga a cargo y de cómo maneje su política de participación. La Nación, que es un diario con estructura, ya que una parte de su equipo se encuentra abocada a manejar la participación porque considera que ella es una parte importante del diario, lo ha manejado bastante bien otorgándoles categorías a sus usuarios y dándoles herramientas para denunciar otros comentarios. Al diario le ha servido porque son los mismos

lectores los que denuncian los comentarios que no se atienen a las normas. Cuando un mensaje es denunciado, desaparece temporalmente de publicación y luego el moderador chequea que efectivamente no cumpla las reglas para eliminarlo; si respeta las normas, lo vuelve a publicar. A su vez, si la denuncia de un usuario acerca de otro fue efectiva, es decir, si denunció a alguien que efectivamente estaba infringiendo una regla, se le asigna un puntaje al denunciante. En cambio, si denunció algo que después resultó ser que no implicaba un mal uso del espacio, se le quita puntaje.

Las estrategias dependen, en definitiva, de cuánto dinero el medio invierta, es decir, qué parte de su estrategia comercial apunta a regular la participación.

-¿Cree que este tipo de herramientas funcionan para educar al lector?

-El lector nunca va a dejar de hacer lo que cualquier usuario de Internet hace. Lo que puede hacerse es controlarlo, no evitar que eso suceda. El medio puede controlarlo y, entonces, hacer que el usuario no lo haga en su sitio o lo haga cada vez menos, o eliminar su comentario cuando lo haga, pero no va a lograr que el usuario lo deje de hacer, porque eso tiene que ver con los usos en Internet. Los usos son incontrolables y han sido un problema de los medios desde siempre.

El medio no puede controlar al usuario y nunca lo va a lograr ¿Qué sabe el medio qué está haciendo el usuario en ese momento? Por ejemplo, tiene sintonizado un canal, pero puede estar a su vez leyendo una noticia en un celular, hablando por teléfono, etcétera. Es decir, qué hace con el medio es incontrolable.

-El anonimato del usuario de Internet ¿sirve para reflejar la verdadera opinión o es un escudo para expresarte impunemente utilizando modos que ni siquiera en una conversación en confianza emplearía?

-Que el lector participe no quiere decir que el lector quiera opinar. Los diarios son ingenuos al pensar que lo que pasa en los comentarios es una deliberación racionante, como propone Habermas en “Historia crítica de la opinión pública” cuando habla sobre cómo debe ser la construcción de la esfera pública, cómo se delibera y cómo construir opinión pública de un modo colectivo a partir de una deliberación racionante. En esto también tiene que ver con qué expectativas tienen los medios y qué tan cercanas a la realidad pueden ser esas expectativas.

Participar no necesariamente quiere decir opinar. Uno de los modos de la participación es la opinión. Puede que algún comentarista quiera participar manifestando su opinión. Otro quizás participa denunciando; otro, insultando. Son diferentes modalidades de la participación.

El anonimato es una de las razones que contribuye a que los lectores sean más propensos a decir lo que piensan sin importarles las consecuencias que eso pueda tener respecto al otro o sí mismo, porque no lo están viendo. La estrategia de asociar una opinión a un perfil de Facebook ha sido uno de los mecanismos que emplean los diarios para tratar de controlar el flujo comunicativo de la audiencia, porque significa ponerle un rostro al usuario y así no es tan anónimo.

-Pero aun así no funciona.

-Volvemos a reflexionar sobre la participación del usuario en Internet ¿Por qué el usuario del diario tiene que opinar de modo diferente a como lo hace en Facebook? Si en Facebook insulta al resto, ¿por qué no los puede insultar en el diario?

-Si en su propia cuenta de Facebook el usuario realiza posteos agresivos, es de esperarse que actúe del mismo modo al comentar en un diario.

-Por eso, a mí me sorprende la ingenuidad que tienen algunos medios respecto de lo que esperan de sus lectores. El lector en Internet no es el mismo que el del diario papel. No es ese señor con anteojos que está sentado en su patio y todos los domingos se pone a leer el diario, y que luego, con otros señores en un bar, discute acerca de política y economía en un bar. Ese no es el lector online, porque él lee en su trabajo, se conecta a un diario, a sus redes sociales. Entonces, entra al diario, hace un comentario; sale y se fija en The Weather Channel el clima; después busca algo en Google y sale. No son iguales y eso también lo saben los diarios. Los medios tienen un gran conocimiento sobre el comportamiento de la audiencia, incluso más que los investigadores, porque ellos contratan consultora.

El problema es que los medios siguen esperando que el lector se comporte de una manera de la que no se va a comportar, porque no se comporta así en Internet y el diario está en Internet. Lo que están queriendo evitar es el ambiente y

el ambiente es como el aire, no se evita. El diario no puede evitar el comportamiento del lector en Internet.

Internet es un ambiente en el que están subsumidos todos los que participan de esa red. Entonces, los medios no pueden evitar que los usuarios hagan cosas que hacen comúnmente en ese ambiente. Los usuarios se mueven como un pez en el agua y esa agua pasa por Google, Facebook y Twitter. El diario es un espacio más por el que transitan.

-En los medios digitales, suelen priorizarse las visitas por sobre otras formas de participación de los usuarios, entre ellas, los comentarios. En pos de este objetivo, muchas veces juegan a intrigar al lector o utilizan distintas estrategias que incentivan su entrada a una nota. Por el tipo de recursos que emplean para lograr más visitas, suelen generar de manera complementaria comentarios.

-Lo que quieren los medios es el clic del lector, no el comentario. Esas son las estrategias que tienen los medios en las redes sociales, que no se analizan desde el punto de vista del contenido, sino de las modalidades del decir. Es decir, no tienen que ver con lo que la prensa dice o no dice, en este caso, es decir, con el presupuesto o el sobreentendido, sino con cómo lo dice. Construye un suspenso, pero lo construye desde los modos del decir.

Todo esto tiene que ver con lo que quieren los diarios siempre, que es vender. Los diarios papel venden ejemplares en un puesto de diarios. Los diarios en Internet venden "x" cantidad de clics. Con esa cantidad, que está súper controlada, después les venden a sus anunciantes. Allí aparece una encrucijada respecto de cómo se sostiene un medio digital. Lo cierto es que un diario online brinda información respecto de sus usuarios y el tiempo de sus usuarios para venderles determinados espacios comerciales a los anunciantes.

-Lo que sorprende es que muchos medios tienen como política generar clics, pero no tienen un lineamiento respecto de cómo hacerlo. Tal es el caso de Diario UNO, según explicaba una de sus community managers. Es decir, que las estrategias para lograr aumentar lecturas queden libradas al criterio personal.

-Sí, eso a mí me sorprende, porque generalmente los medios tienen un contrato de lectura. Así como se busca publicar del mismo modo en el diario papel o el online, generalmente, tienen un mismo contrato para la red. Las noticias se

hacen de una determinada manera. Me resulta peculiar que no haya un estilo del diario, sino que cada uno le imprima la impronta que le parece.

-La community manager explicaba que las publicaciones de su compañero eran muy cuestionadas por los lectores, mientras que las suyas, que tenían un estilo más informativo, no recibían tantas críticas.

-Lo que sucede es que el periodista ha roto el contrato, porque le dice a los lectores que les va a proporcionar algo que después no les da y eso no está bien visto por la audiencia. Es una estrategia bastante riesgosa. Si yo fuera el diario, la censuraría, porque con ella va a lograrse un par de clics, pero cuando el usuario frecuente de un sitio se dé cuenta de que esa es su estrategia, no hace clic más porque sabe que se le va a entregar otra cosa.

Lo que se logra con la presencia en las redes, que es otro tema, es que la noticia se viralice ¿Qué le importa al diario si se opina a favor o en contra del diario si la gente está haciendo clic? No le interesa si el usuario comparte el enlace de una noticia diciendo que es una porquería o para decir que es una buena nota. De cualquiera de las dos maneras, posteó el enlace de la noticia. De cualquier modo está colaborando con que la noticia circule.

Entrevista a Vicente Fenoll, licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia (UV), docente investigador de la Unidad Docente de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UV y operador de equipos audiovisuales

-¿Considera que las manifestaciones agresivas de los foristas giran en torno del hecho en sí o de cómo fue abordado el mismo por el medio?

-Yo tendría en cuenta también la categoría de los otros usuarios, porque, por mi experiencia, suelen verse más reacciones más combativas, por lo menos en el caso español, por lo que escribe otro comentarista. Son pocas veces las que buscan la sintonía con el otro. Normalmente, cuando es un tema en el que están totalmente en desacuerdo, se lanzan comentarios e inician un debate.

-En un texto, usted analiza el trolling dentro del espacio para comentarios y la figura de los usuarios que recurren a él ¿Cómo describiría a un trol y qué implica su presencia en un foro?

-Por mi experiencia analizando comentarios, podemos diferenciar distintos tipos de usuarios. La mayoría de los que escribe comentarios lee la noticia y, directamente, baja a responder, sin leer lo que han escrito el resto de los comentaristas. Entonces, no se ven influenciados y, básicamente, buscan satisfacer su necesidad de manifestar que están en desacuerdo con la noticia.

Después se encuentra otro tipo de usuario que sí lee los comentarios y le interesa más el debate que se genera entre los usuarios que aquello que viene a decir la noticia. Por lo menos en los sitios que yo he analizado, suele tener influencia la ideología de los usuarios. También se suelen reaccionar cuando es un tema que está polarizado políticamente y los argumentos expuestos son contrarios a su color político. En esos casos, la gente reacciona más o menos educadamente. Cuando hay una polarización previa con dos frentes en disputa, a favor o en contra de un tema, puede haber discusión sin llegar necesariamente al trolling.

Por último, hay un tipo de usuario minoritario, que son muy riesgosos porque muchas veces se apoderan del control del sistema de comentarios. La aparición de este tipo de usuarios, denominados trols de Internet, puede ser una estrategia de los partidos políticos para fulminar el debate o cortarlo sobre un tema que los

puede perjudicar. También, me ha dado la impresión muchas veces de que, aunque sea poco comprobable, simulan la acción de un trol, en el sentido de que son provocadores, porque se interesan más en cortar el debate o la comunicación más que en fomentar una discusión real, como sí suelen suceder quienes están comprometidos ideológicamente y se ofenden porque un adversario ha criticado su punto de vista o porque han entrado en la dialéctica de cuestionarse por su preferencias partidarias. Quien hace trolling, en cambio, recurre a la provocación de manera premeditada, no porque ideológicamente el tema le pueda interesar o porque se haya sentido ofendido. Lo hace sencillamente por cortar el debate. Muchas veces se trata de gente que trabaja para un partido político y lo hace como una estrategia. También hay sujetos que, por su personalidad, necesitan llamar la atención y entran al foro sencillamente para decir todo aquello que no es políticamente correcto. El trolling, entonces, es una forma de provocar más que de satisfacer una necesidad ideológica concreta.

- En relación a la cuestión ideológica, para realizar la investigación, se decidió partir de noticias relacionadas con el ámbito de la salud para extraer de ellas los comentarios. En ese tipo de temas, hay problemáticas que afectan a las personas en su vida cotidiana y es desde esa perspectiva que se manifiesta en los foros. Sin embargo, hay otras temáticas, como el aborto y la eutanasia, que implican una polarización ideológica. Más allá de las discusiones referidas a la cuestión política a las que usted hacía referencia, ¿es posible el surgimiento de trols en torno a otro tipo de temáticas?

-El trol puede manifestarse en cualquier tipo de temas, desde algo tan sencillo como un foro de coches hasta cualquier sitio en el que el usuario pueda tener interés, y parte de una actitud provocativa premeditada. Puede introducirse en un foro y cortar el diálogo racional para lograr que al final se esté hablando de si es o no un trol, o dejarse provocar por usuarios que reaccionan de manera negativa en asuntos que están muy polarizados, como pueden ser el aborto o temas políticos. Realmente, es muy sencillo iniciar la chispa que corta el debate.

La participación de los trols puede darse en relación a cualquier tema. El problema es que resulta más difícil encontrarlos en un sitio donde el foro ya ha polarizado mucho un tema, porque no es sencillo determinar si es un trol de verdad o si es una persona que realmente tiene esa creencia reaccionaria, por

ejemplo, en contra del aborto. En ese caso, lo que yo he hecho es investigar a los foristas y ver si tienen un perfil de Facebook o si, dentro de los medios digitales, existe la posibilidad de registrarse y hacer uno un seguimiento de los comentarios de todos los usuarios, no sólo en esa noticia. Entonces, revisaba el historial de los usuarios en los que tenía dudas para verificar si tenía esa estrategia en todas las notas en las que participaba o si sólo se manifestaban en noticias que tenían que ver con un partido político por compartir un punto de vista ideológico o porque, probablemente, trabajaban para el partido contrario. La única manera, entonces, de saber si es o no un trol, es hacer un seguimiento de ese usuario y ver el resto de sus participaciones.

-El community manager de uno de los diarios analizados comentó que era frecuente que los medios de comunicación crearan cuentas falsas para hacer trolling en sus propios foros y, de esta manera, lograr que aumentaran las repercusiones de una noticia ¿Ocurren con frecuencia es este tipo de prácticas o se trata de un caso particular?

-Esa es una de las cosas que incluso los usuarios muchas veces denuncian, sobre todo en foros que no tienen formas de autoregulación, donde el voto positivo o negativo de los otros puede hacer que un comentario suba o baje. Por eso, una de las herramientas para poder silenciar a la gente que no le interesa o para poder salvarse ellos es la certificación de cuentas. Suele ser algo minoritario, pero sí se detecta, sobre todo en los foros donde hay una reputación, porque se autogestionan a través de los usuarios.

-¿Son eficientes las herramientas de moderación que proponen los medios o más bien deben ser consideradas un resguardo desde el punto de vista legal ante cualquier evento que pueda tener lugar en el seno de un foro?

-En España ha sucedido que han denunciado a un medio por haber permitido o tolerado que en una noticia hubiera cierto tipo de comentarios. Es decir, se lo responsabiliza al medio por los contenidos que en él han aparecido. El trolling en un medio laxo donde la participación era mucho más sencilla se empezó a moderar y comenzaron a ponerse ciertas limitaciones en cuanto a la autoría de los comentarios y las responsabilidades.

Me parece que aquí, en Latinoamérica, resulta habitual enlazar la cuenta desde la que se realizan comentarios con la cuenta de Facebook. En España, por ejemplo, hay que registrarse en los medios de comunicación digitales para poder participar, pero, evidentemente, esta cuenta se puede falsificar, ya que sólo se debe escribir un nombre y una contraseña.

Yo creo que el camino está en conseguir realizar un registro de usuarios en el que realmente se compruebe que sólo una persona puede tener una identidad y no sólo eso, sino que su identidad sea real, no nick. Considero que el caso de Facebook es un nivel intermedio, porque si bien uno puede falsificar un perfil, es muy sencillo entrar en la cuenta de una persona y ver si realmente tiene actividad o si es una cuenta fantasma, una cuenta falsa.

Sin embargo, en el caso español, que es el que conozco, lo único que se exige es darse de alta y uno puede darse de alta tantas veces como quiera. En algunos casos, se exige una vinculación a una cuenta de correo electrónico, pero con el mail también puedes darte de alta tantas veces como quieras. Entonces, realmente no es una herramienta de control buena.

Hay que tener en cuenta quién va a hacer el esfuerzo de abrirse varias cuentas para participar de una manera estratégica. Sólo lo hará alguien que es un trol de verdad y que por sus problemas psíquicos, probablemente, sienta esa necesidad. O bien pueden ser personas que pertenecen a alguna fuerza política y quieren controlar el clima de opinión lanzando distintos argumentos con distintos usuarios o cortar un debate. Por eso, a un partido político le conviene contar con diez community managers que tengan 50 cuentas para actuar. A mí me consta que eso se hace, porque tengo conocidos que trabajan en partidos políticos y me confiesan que eso funciona así, aunque en una entrevista cara a cara no me lo dirían.

-¿Existen, por llamarlos de alguna manera, trols que se dedican a comentar positivamente para enaltecer la figura de algún partido político?

-Sí, puede haber usuarios que hablan bien de un partido o bien, no sé cómo es la situación en Argentina, pero en Europa hablar bien del partido nazi, por ejemplo, está prohibido. Puede haber alguna persona que presenta una ideología favorable a este tipo de partidos o que justifica algo de lo que hicieron y,

evidentemente, esto genera de manera automática respuestas en contra y comienza una discusión.

-¿Cuándo una opinión en contra de algo se transforma en una manifestación agresiva?

-Cuando realicé mi estudio, la clasificación que utilicé se basa en aquellas con un lenguaje neutro o aquellas con un lenguaje ofensivo. En general, estas últimas se dan cuando se utilizan palabras despectivas o malsonantes, pero que no van dirigidas hacia una persona, sino a un nivel superior. El último nivel que consideré es aquel en el que tienen lugar las amenazas. Yo he trabajado con este tipo de categorías y funcionaban bastante bien hasta que me encontré con casos en los que yo sabía que era un trol y no estaba ni amenazando ni insultando a alguna persona, pero estaba hablando de una manera provocativa sin llegar al insulto. También noté que había personas que utilizaban una estrategia para sortear la moderación, porque la mayoría de los comentarios que presentan insultos automáticamente no aparecían publicados. En este sentido, los trols han ido evolucionando y mejorando sus estrategias para poder provocar a las personas sin caer en el insulto.

Se me generaba un dilema cuando veía que a un comentario lo tenía que catalogar dentro del lenguaje correcto cuando sabía que esa persona estaba provocando a las demás. Entonces, con una clasificación que me pareció mucho más interesante. Esta clasificación distingue entre quienes hablan de forma cívica, de forma incívica y luego se puede hallar lo que hacen muchas veces los trols que es manifestarse de una forma que no es cívica ni incívica.

Lo cívico se da siempre que uno habla buscando el entendimiento con las demás personas, aunque sea discrepando, sin buscar la ofensa.

El lenguaje incívico utiliza insultos y lleva a hablar de una manera, como indica la palabra incívico, inadecuada. Puede ser el caso de que uno hombre hable con una mujer y se comporte de un modo machista o que hable en contra de una persona de otra raza y lo discrimine por el color de su piel.

La tercera categoría, donde se encuentran los comentarios ni cívicos ni incívicos, comprende los comentarios que no utilizan insultos para poder superar el análisis de los moderadores, pero que reflejan que la persona no quiere hacer

el bien, sino hacer el mal. No es bueno, tampoco es malo, pero que no sea cívico ni incívico está señalando que esa persona posee malas intenciones camufladas de buenas intenciones.

-¿Qué clase de expresiones caracterizan las manifestaciones agresivas?

-Aquí debemos tener en cuenta la primera clasificación que mencioné antes. Primero, tenemos el lenguaje neutro. Luego, el lenguaje agresivo general, que utiliza expresiones que no hacen alusión a nadie en concreto, pero que no son propias de un lenguaje correcto. Después, estarían los insultos dirigidos a personas, que sería el tercer nivel porque hay un lenguaje agresivo focalizado en una persona, que puede ser un comentarista o un dirigente político, entre otros. Aquí se utiliza un lenguaje asertivo dirigido contra una persona.

Cuando vemos que se utilizan palabras malsonantes en general, pero que no van dirigidas en contra de una persona en concreto, eso sería el segundo nivel. El tercero se daría cuando se utilizan esas palabras en contra de una persona en concreto, sea del foro o de fuera del foro. Por último, encontramos las amenazas, tanto de muerte como de cualquier otro tipo. Ese sería el último nivel porque ya no sólo insultan, sino que intentan expulsar a esa persona a través de amenazas.

Esto serviría para clasificar el tipo de lenguaje en relación a los insultos y la agresividad, pero si se intenta detectar la presencia de trols, la categorización queda corta, ya que muchas veces no es necesario que utilicen ningún tipo de insulto, sino que de forma muy dosificada sueltan pequeñas ironías que ofenden a la otra persona. Entonces, con esta clasificación se consideraría que los mensajes de los trols utilizan un lenguaje neutro y sin insultos. Sin embargo, uno vería que si bien esa persona no utiliza insultos, se expresa provocando al resto. Ahí es cuando debe tenerse en cuenta la otra clasificación, que sería lenguaje cívico, incívico o ni cívico ni incívico.

-¿Cree que el rol del moderador es efectivo o que más allá de las medidas que adopte un medio de comunicación no es posible acabar con este tipo de prácticas?

-El problema es la falta de medios. Los community managers con los que he podido hablar en España, e imagino que si en España la situación es difícil aquí debe ser mucho peor, me explicaron que tienen que hacer su trabajo como

periodistas y, al mismo tiempo, tienen que gestionar el ritmo tanto de la noticia como el del funcionamiento de los comentarios. No tienen tiempo para eliminar todo lo que pueda llegar a generar problemas, por ejemplo, si hay insultos, amenazas, y si lo hacen, lo hacen muy por encima. Para que funcionara bien, lo que me comentan es que debería haber una persona que se dedicara a ello y poder incluso responderles, es decir, que el autor de la noticia intervenga luego en los comentarios.

Comentaban los community que en un mundo ideal, en el que hubiera medios para hacerlo bien, la sesión que deberían llevar adelante ellos sería una sesión que implica participación. Cuando hay comentarios que hacen referencia al autor, a si la noticia está sesgada o no incluye algunos argumentos, estaría bien que el autor respondiera para que el foro tomara un margen deliberativo y no fuera tanto de confrontación. Hoy en día, por la convergencia que ha habido y por la precarización del empleo del periodista digital, veo muy difícil que esto se pueda lograr, porque son cada vez menos y con más funciones, y cada vez hay más usuarios que escriben comentarios. Todo esto dificulta un control real, una moderación positiva que utilice bien la participación del autor de la noticia. Eso hoy en la práctica no sucede y es uno de los problemas principales que hay.

-En uno de los medios analizados, algunos columnistas de opinión suelen crearse usuarios para dialogar en el foro con sus lectores. Sin embargo, las conversaciones que entablan se caracterizan por la polémica y por no recurrir a un lenguaje neutro, sino muchas veces agresivo.

-Hay muchos periodistas que se han ido actualizando y tienen un blog privado. Allí la gente participa y el autor del blog conoce a la mayoría de los usuarios que comentan. Muchas veces estos blogs se incorporan en algunos medios digitales y allí el autor interactúa con los lectores.

En el caso que mencionas, no me consta, pero probablemente el periodista comentando con agresividad logra que una noticia tenga muchos más comentarios de los que tendría y eso, pensando en las estadísticas de las notas más comentadas, le da mayor visibilidad. Puede ser una estrategia del autor generar debate con manifestaciones para que parezca que el tema es muy interesante y luego, en las estadísticas de las noticias más comentadas, aparezca la suya.

Entrevista a Juan Pablo Parapuño, licenciado en Comunicación Social y jefe de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza

-¿Cómo trabaja el área de Prensa del Ministerio de Salud de Mendoza? ¿Cómo es la relación con los medios locales?

-El área de Comunicación está dividida en dos partes. Una parte funciona con jefes de Prensa de hospitales, que hay uno en el Lagomaggiore, otro en el Central y otro en el Notti. Después, tenemos algunos programas que tienen sus propios jefes de Prensa, por ejemplo, Salud mental y Educación para la salud tienen sus propios equipos. Lo que hacemos nosotros es coordinar toda la prensa y la comunicación del ministerio. Armamos las gacetillas en función de la agenda, porque a veces está el Día Internacional de la Lucha contra el Cáncer o el Día Internacional de la Fibrosis quística o el Día del Celíaco. También, en base a la demanda espontánea, por ejemplo, en el verano aumentan los casos de dengue, entonces se saca una nota preventiva sobre dengue; frecuentan los casos de diarrea, entonces hace una nota sobre la conservación de los alimentos. Es decir, hay notas estacionales que salen siempre reiterativamente porque son la demanda de la época.

El equipo busca a los referentes profesionales de cada área, algunos de ellos forman parte de nuestros programas, por ejemplo, los jefes de programas, el director general de Hospitales, subsecretarios, el director de Atención Primaria, y hace todo el trabajo periodístico corroborando los datos. Levanta toda la información, escribe la nota y siempre después, consultando a estos profesionales, chequea los datos médicos específicos. Una vez finalizado este proceso, se sube la nota a la página de Prensa, que es prensa.mendoza.gov.ar, y esa misma nota se manda a los medios vía mail, a Whatsapp y vía redes sociales.

-¿Es frecuente que, habiendo publicado Prensa información en su página, reciba consultas por parte de los medios o la mayoría de ellos toma aquello que se publicó para hacer sus noticias en base a ello?

-Hay medios que no tienen personal y se dedican a copiar y pegar gacetillas, por ejemplo, El Ciudadano, Vox Populi y Sitio Andino. Hay otros que de repente quieren ahondar un poco más, generalmente, UNO y Los Andes, que llaman al ministerio y piden la palabra de ese especialista para ampliar la información. Eso

se da en el caso de que la noticia se publique vía ministerio. Si no, muchas veces a ellos les llega alguna demanda o tienen algún dato y arman la nota en base al sector privado. Sin embargo, siempre buscan a alguien de la función pública para que brinde la visión del Estado.

-¿Qué aspectos tiene en cuenta el área de Prensa al momento de transmitir la información?

-Como nosotros somos Gobierno, la idea es mostrar gestión, es decir, qué se está haciendo en beneficio del ciudadano, transmitir tranquilidad y medidas de prevención, siempre con el aval de un profesional.

-¿Qué opinan, en tanto organismo público, sobre la cobertura que los medios de comunicación realizan sobre temas asociados a la salud?

-Nosotros intentamos que a todos los temas se les brinde la misma importancia. Por ejemplo, hace poco fue la semana de la lucha contra el cáncer y fue tapa de todos los diarios y hubo móviles en vivo con muchas radios. Sin embargo, cuando fue la semana de la celiaquía, las coberturas fueron mucho más tranquilas. Generalmente, tratamos de que todas las noticias por lo menos en alguno de los medios se publique y si vemos que alguna no está saliendo, llamamos y reforzamos nuestros vínculos con los periodistas para que se la difunda y la gente se entere.

-¿Qué temas referidos al ámbito de la salud cree que generan mayor cantidad de opiniones encontradas y pueden conducir a la aparición de debates violentos?

-Todo lo que está relacionado a los métodos anticonceptivos, que es un tema que genera debate por las posturas a favor y en contra de ellos. El sida, por ejemplo, no genera debate, porque la gente ya ha empezado a entenderlo, y vacunación tampoco. Otro de los temas más polémicos son los consumos problemáticos, que son los casos en los que los consumos de una persona afectan su vida personal. Puede ser porque está todo el día con la tecnología, porque es un comprador adicto, puede ser porque consume droga o alcohol, porque es ludópata, porque no come o come en exceso.

-¿Qué recursos deberían incorporar los medios digitales en el tratamiento de noticias sobre salud para mejorar la transmisión del mensaje?

-Habría que incorporar en las noticias videos, recursos interactivos, infografías, animaciones, porque ayudan a transmitir mejor la información, sobre todo en campañas de concientización y prevención. A nosotros nos resulta difícil poder utilizar este tipo de herramientas, porque hacemos más o menos cuatro notas por día.

Algo que podría usarse son los videos para dispositivos, porque se pueden compartir por Facebook y Whatsapp, y eso ayuda a que la noticia tenga mayor alcance. Eso se suele hacer con campañas de vacunación y resulta, pero todo debería tener aunque sea un video corto, de 40 segundos, porque cuando se hacen otro tipo de cosas, generalmente, después la gente se olvida. Por ejemplo, nosotros hicimos durante un mes la campaña de la gripe. Empapelamos la ciudad, pusimos carteles en la parte de atrás de los micros, estuvimos en todos los canales y las radios, pero si no se acompaña con recursos interactivos, después la gente se olvida. Por eso, lo mejor que puede hacerse es hacer algún video y lograr que circule por Whatsapp y las redes sociales, porque así se viraliza y tiene mayor alcance la información.

Tabla de noticias sobre salud extraídas de Diario UNO entre los meses julio y agosto de 2015

Artículos	Comentarios
Camila, otro caso resonante que inspiró la ley de muerte digna	0
Las diferencias entre muerte digna, eutanasia y "suicidio asistido"	0
Salud le recomendó a la población colocarse la vacuna antigripal	0
Hasta el viernes se concientiza y vacuna contra la hepatitis	0
Pretenden vacunar a unos 30.000 niños contra la varicela en Mendoza	0
Las prepagas volverían a aumentar sus cuotas a partir de agosto	0
La salud más allá de las fronteras	0
Ya funciona Centro Odontológico Materno Infantil en la UNCuyo	0
Presentaron el plan de acción del programa Incluir Salud 2015	0
El turismo médico será tema de un importante encuentro en Mendoza	0
Por la deuda con prestadores corren riesgo diferentes servicios de salud	0
Se registraron dos casos de gripe A en Entre Ríos, uno de ellos fue fatal	0
"Payamédicos" para todos en Buenos Aires	0
El Hospital Central recibió nuevo equipamiento para Unidad Coronaria	0
Por el incremento de infecciones sexuales, el Central abrió un consultorio integral	0
Trasladaron de urgencia en el helicóptero policial a una mujer de Tupungato al Hospital Central	0
En Catamarca, realizaron una mastectomía para cambio de género	0
OSEP canceló parte de la deuda con el Schestakow	0
Evalúan favorablemente la campaña de vacunación contra la Hepatitis	0
Cerca de 60 mil mendocinos tienen psoriasis leve o severa	0
Un libro "rescata" a las mujeres de la medicina mendocina	0
Avanza el registro de huellas genéticas en el Cuerpo Médico Forense	0
El caso de la niña del médico chileno está en la Justicia de Familia	0
Avanzan los talleres de prevención de adicciones para estudiantes mendocinos	0
El Central habilitó un consultorio integral para tratar infecciones de transmisión sexual	0
Con críticas a la Justicia y a los medios, cerró la empresa que estaba relacionada al caso de alquiler de vientre	1
Un médico chileno busca que la Justicia lo deje llevarse una	1

beba que habría nacido por alquiler de vientre	
El abogado de Argentina Maternity aseguró que no se encargan de la búsqueda de vientres	1
Impulsan desde Mendoza una ley que regule el alquiler de vientres	1
El Ministerio de Salud recomienda a la población vacunarse contra el sarampión	1
Seis de cada 10 chicos mendocinos tienen caries	1
Mueren 3.500 mendocinos por año por patologías cardiovasculares	1
El hospital Carrillo atendió a 9.000 pacientes durante junio	1
Una niña con epilepsia debió ser trasladada al Notti en el helicóptero de la Policía	1
Tras el extravío de un cuerpo en la clínica Los Cedros, familiares de pacientes fallecidos pidieron que la cierren	1
Prohibieron venta y uso de un lote de conocido desinfectante antiséptico	1
En Maipú capacitarán a docentes para prevenir adicciones	1
"Argentina es pionera en turismo médico", según una experta	2
Alquiler de vientre en Mendoza: estiman que más bebés salieron del país	2
Muerte digna: "Este tipo de casos no debería llegar a la Corte Suprema"	2
El Gobierno destacó que la Corte "amplió y clarificó" la ley que habilitó la "muerte digna"	2
Muerte digna: "Los jueces que fallaron en contra citaban encíclicas papales"	2
AMPROS acordó con el gobierno, levantó el paro y los empleados del hospital de Puente de Hierro pasan a planta	2
Avanza un anhelo de Paco Pérez: una ley de ética médica en Mendoza	2
Nuevo servicio para afiliados de PAMI	2
El Hospital Central cumplió 70 años	2
Tiene 5 años y tuvo que ser internado por pesar 116 kilos	2
La discusión por el aborto continuó en Canal 7	3
Un aval judicial para una pareja que alquiló un vientre	3
Estos son los puntos principales por los cuales la Corte reconoció el derecho a una muerte digna	3
Por desconocimiento o por creencias religiosas, en Mendoza no se aplica la ley de muerte digna	3
La Universidad de Congreso ofrece atención psicológica por un arancel mínimo	3
Evoluciona favorablemente la adolescente de 15 años que se practicó un aborto clandestino en Catamarca	4
Estudiantes de Medicina "autoconvocados" darán charlas sobre educación sexual y reproductiva	4
AMPROS podría ir al paro desde el lunes por las condiciones del microhospital de Puente de Hierro	4

Video: un quirófano "nuevo" se inunda en plena operación	4
El Hospital Schestakow debe más de \$7 millones sólo en comida	5
El Nuevo Código Civil permite a chicos de entre 13 y 16 años decidir sobre su salud	6
La Corte falló a favor de la "muerte digna"	6
El Hospital Central lanza un programa para adolescentes con diabetes tipo 1	6
Ahora el hospital Notti cuenta con un tomógrafo	6
Confirmaron un caso de meningitis en un chico de 14 años y pidieron tranquilidad en su colegio	6
Qué es y cómo acceder a Qunita, el programa de asistencia a la madre del recién nacido	7
Cigarrillos: planean reflotar un proyecto para desalentar su consumo	7
El Hospital Central atenderá a pacientes con esclerosis múltiple sin obra social	7
Barbeito denunció que hay un vaciamiento de los hospitales públicos	8
Por falta de atención médica tuvo a su bebé en el inodoro de un hospital	9
Aborto no punible en Mendoza: ahora buscan que salga por ley	11
"En el Valle de Uco se multiplicó el embarazo de niñas y adolescentes"	11
Millonaria indemnización para familiares de un niño que murió porque la ambulancia llegó tarde	13
La nena que quedó parapléjica por un supuesto caso de mala praxis fue trasladada al hospital Notti	13
Murió Marcelo Diez, horas después del fallo de la Corte Suprema por muerte digna	14
Prohibieron un lote de leche para bebés por una bacteria vinculada a la meningitis	15
"Los funcionarios deben gobernar sin poner por delante sus ideas religiosas"	16
Pérez confirmó el pago de la deuda con salud y municipios y afirmó que entregará "una provincia ordenada"	19
Cornejo no se inclinaría por un médico para conducir el ministerio de Salud	19
Un niño de 4 años con hidrocefalia espera hace tres años una operación	22
"El Hospital del Carmen es una especie de Ferrari en un gallinero"	23
Una triste noticia: murió Tiziana, la nena de 2 años que consumió silicona líquida	26
Practicaron un aborto terapéutico a una niña de 11 años que había sido abusada	30
Embarazo adolescente: una niña de 12 años dio a luz en el hospital Carrillo	31
Aseguran que en el Hospital Español a una niña con leucemia le	32

suministraron mal una inyección y la dejaron parapléjica	
Investigan la muerte de un bebé recién nacido en un hospital obstétrico estatal	32
El debate por el aborto y una insólita sesión en el Senado de Mendoza	38
Entregaron los primeros kit Qunita en el hospital Perrupato	39
Una chica de 13 años está grave tras intentar hacerse un aborto con una "curandera"	48
El último parte de Guadalupe indicó que sigue conectada a respirador	63
Una conocida diseñadora escrachó en facebook a dos médicos del hospital Español	109

Noticias analizadas de Diario UNO

Mendoza Lunes, 31 de agosto de 2015

Una conocida diseñadora escrachó en Facebook a dos médicos del hospital Español

Uno de ellos es Viviana Bacciedoni, vinculada al caso de Guadalupe Codes, la niña de 9 años que está parapléjica. La denunciante, Carolina Saguan, también apuntó contra el esposo de la médica, Francisco Del Río.



Después de conocerse este viernes el caso de Guadalupe Codes, la niña de 9 años que tiene leucemia y a la que le habrían suministrado erróneamente un medicamento por vía lumbar en lugar de hacerlo en forma endovenosa, por lo que está parapléjica, una conocida diseñadora mendocina contó su caso en facebook.

Carolina Saguan, quien diseña etiquetas de vinos, publicó en su perfil (para todo público) una foto de Viviana Bacciedoni -la médica que habría cometido el error con Guadalupe- y de su marido Francisco Del Río, quien fuera el médico de la diseñadora y de su padre en 2005 y a quien acusó de también haber hecho mal su trabajo en esa ocasión.

Esta es la publicación que la diseñadora hizo en su cuenta de Facebook.



Carolina Saguan

4 horas · Editado ·

BASTA DE SILENCIO, NO ME PIENSO QUEDAR CALLADA NUNCA MÁS. NO ME DAN MIEDO, MÁS MIEDO ME DA QUE ALGUNO DE USTEDES CAIGAN EN ESTAS MANOS.

La mujer que aparece en esta foto es la Dra. Viviana Bacciedoni, la medica del Hospital Español que le colocó a Guadalupe por ERROR en la médula un medicamento que debe colocarse vía endovenosa (sangre), pero la inyección fue aplicada en la espalda, a la altura de la médula, como consecuencia tuvieron que realizar un lavado de médula y la nena quedo con serias lesiones, hoy esta parapléjica. La doctora dijo a los padres: "un error lo comete cualquiera".

El que esta al lado es su MARIDO el Dr. Francisco del Río quien allá por el año 2005 fue MI MEDICO y me dio 2 meses de vida luego de ver unos analisis donde aparecian 2.000.000 de plaquetas. Y luego de un mes me dijo que en realidad se había equivocado y que tenía otra enfermedad compleja pero que no era cancerígena. También agregó que no iba a poder tener hijos nunca. Me medicó con aspirinas sin hacerme otros análisis lo cual empeoraba mi cuadro. Luego me aplicó por meses Interferon sin advertirme que era un tratamiento complejo de quimioterapia.

Años después este mismo señor, luego de una cirugía que sufrió mi PADRE FRANCISO SAGUAN, se equivocó nuevamente esta vez con la dosis de eparina de bajo peso (anticoagulante), por lo cual 3 días luego de esa cirugía mi papá sufrió coagulos los cuales le llevaron a sufrir un ACV (accidente cerebro vascular) que paralizó su hemisferio izquierdo y estuvo 47 días internado peleando entre la vida y la muerte. Hoy mi padre esta discapacitado, no camina, por años tuvo un gastroestoma para alimentarse y no tiene vuelta atrás....

Cuando me interné en este hospital para tener a Valentino dejé atentado en mi ficha que ellos no podían acercarse a mi o a mi hijo para nada.

No he sido la única que ha sufrido la negligencias de esta pareja de médicos que son un peligro para la sociedad.

Gabi Valencia También puede contar de su terrible historia también con este médico.

Es que no puede seguir pasando. Se lucen como profesionales y viven cometiendo negligencias, y se de muchos otros casos más. El problema es que todos tenemos miedo de denunciar a los médicos porque pensamos que si entramos de nuevo al hospital nos pueden "matar"... esta gente tiene que saber que los pacientes no somos idiotas y que si "lo olvidamos" es para no tener más problemas de los que uno tiene, porque en el fondo, nadie me va a devolver a mi papá como estaba. Y nadie me va a devolver la salud y quitarme la ansiedad y depresión que me provocó a mi su diagnóstico erróneo.

BASTA DE CALLAR

TENEMOS QUE HABLAR PARA QUE ESTO NO VUELVA A SUCEDER.



Mendoza Lunes, 31 de agosto de 2015

El último parte de Guadalupe indicó que sigue conectada a respirador

La nena con leucemia que ingresó el lunes 24 al Hospital Español, donde le habrían administrado mal un medicamento que le provocó una parálisis en su cuerpo, fue internada en el Notti en estado delicado.



Guadalupe Codes, de 9 años

Guadalupe Codes tiene 9 años y el sábado fue trasladada al Hospital Notti donde ingresó con una parálisis en su cuerpo y quedó internada en terapia intensiva, con respirador y en coma inducido. Fue luego de un error en la administración de un medicamento en el Hospital Español, donde había sido internada por leucemia.

El parte médico de este lunes indicó: "La niña se encuentra conectada a respirador y permaneció clínicamente estable en las últimas 24 horas".

El martes a las 10 darán el nuevo informe del estado de salud de la pequeña de 9 años, quien por un "error médico" terminó en este estado.

El lunes 24 de agosto fue internada en el Hospital Español por una recaída en su leucemia, aunque según dijeron sus padres era algo dentro de lo esperado.

En la primera sesión de quimioterapia, al parecer la médica que debía hacer una punción lumbar se equivocó de medicamento, lo que le provocó una parálisis en las piernas de forma inmediata.

Le hicieron un drenaje para limpiar su médula del medicamento, pero esto no dio resultado.

Andrea y Mauricio Codes, padres de Guadalupe, indicaron que desde el nosocomio les dijeron que había sido un error y que son cosas que pueden pasar.

Por eso mismo pidieron el traslado inmediato al Notti, donde ingreso en estado delicado con dificultad para respirar y para comer, por lo que la indujeron a un coma.

La familia hizo la denuncia penal por "mala praxis" y la investigación quedó en manos del fiscal Horacio Cadile, de Godoy Cruz.

País Lunes, 06 de julio de 2015

Una chica de 13 años está grave tras intentar hacerse un aborto con una "curandera"

La policía allanó el domicilio de la "curandera" y secuestró hierbas similares a las que habría tomado la joven, por iniciativa de su pareja, un hombre mayor de edad. Ocurrió en Catamarca.



Una niña de 13 años se encuentra grave, internada en el Hospital de Niños de Catamarca, luego de intentar hacerse un aborto. La chica fue sometida a una intervención en el útero, tras haber seguido las indicaciones de una "curandera" local. Si bien el hecho se conoció recién ayer, las autoridades de salud y la Justicia tomaron conocimiento el miércoles pasado, cuando su madre la llevó al hospital de Niños con una grave infección.

Al revisarla, los médicos percibieron que había signos de prácticas abortivas y que tenía un embarazo de al menos tres meses, y así lo informaron a la Justicia.

La madre de la adolescente radicó una denuncia por el hecho y acusó a la pareja de su hija, un sujeto mayor de edad, informó El Ancasti.

En la denuncia, la mujer señaló que siete días antes su hija comenzó a sentirse mal, y la niña, que había dicho que el sujeto la había llevado a que le colocaran unas inyecciones para el hígado, confesó que en realidad fueron a lo de una "curandera" en localidad de El Portezuelo, a 20 km de la capital provincial.

La chica entonces contó que esa mujer le habría entregado unos "yuyos", que la "curarían" del embarazo. Además de la denuncia, la mujer hizo entrega a la policía de los supuestas hierbas que la menor tenía en su casa.

Ayer por la tarde, personal de la Brigada de Investigaciones allanó la casa de la "curandera" y secuestró, entre otros elementos, las mismas sustancias que le había dado la madre de la menor. La causa quedó a cargo del fiscal Luis Baracat, quien podría solicitar la detención de la mujer en los próximos días.

Mendoza Martes, 21 de julio de 2015

Entregaron los primeros kit Qunita en el hospital Perrupato

Foto: Prensa Gobierno de Mendoza



Este martes se entregaron los primeros kit del programa Qunita en Mendoza. Hasta el hospital Perrupato de San Martín llegaron la diputada nacional Anabel Fernández Sagasti y el ministro de Salud, Oscar Renna.

Renna explicó que en relación a los controles, el programa tiene dos ejes fundamentales, uno el sanitario que es el más importante, ya que se realizan todos los controles y el último se realiza en la maternidad donde va a nacer el niño y el otro eje es el de la referencia y contrareferencia, es decir se determina en que centros de salud y maternidad se realizan los cinco controles y el nacimiento del niño. “Este Programa propicia una mayor inclusión de las mamás y sus hijos y un adecuado seguimiento del embarazo y del recién nacido”, agregó Renna.

El programa incluye la distribución del kit Qunita, que reúne los elementos básicos para el cuidado de la salud y el sueño seguro del recién nacido, dentro de una estrategia sanitaria que busca reforzar la captación temprana de las mujeres embarazadas con el fin de disminuir la mortalidad materna e infantil.

Además de garantizar el acceso a una cuna y a los elementos básicos para el cuidado del recién nacido, Qunita apunta a favorecer los controles prenatales durante el embarazo; orientar a las familias para la atención del parto en una maternidad con las condiciones adecuadas y fortalecer el seguimiento del puerperio y del recién nacido.

El programa beneficiará a las mujeres argentinas titulares de la Asignación Universal por Embarazo y a los bebés titulares de la Asignación Universal por Hijo nacidos en maternidades públicas. Además ofrece a los padres un completo asesoramiento sobre lactancia materna, sueño seguro del bebé, cuidados de la madre y del recién nacido hasta los primeros meses de vida. Esos y otros consejos están además incluidos en una guía editada por el Ministerio de Salud de la Nación que se le entrega a cada familia.

¿Qué contiene el Kit Qunita?

El programa Qunita incluye la entrega de los siguientes elementos básicos para el cuidado de la salud y el sueño seguro del recién nacido:

- Cuna de madera con sistema de encastre, bolsillos de tela, colchón y móvil.

- Blanquería: cubre colchón, juego de sábanas, frazada de polar, acolchado, toalla y toallón.
- Indumentaria para el recién nacido: dos bodys manga larga, dos bodys manga corta, dos pantalones tipo “osito”, un abrigo de plush de saco y pantalón, dos sacos de dormir, medias y escaarpines.
- Indumentaria para la mamá: bata, camisón y un par de pantuflas.
- Bolso materno y neceser que incluyen: cambiador, sonajero, mordillo, chupete con sujetador, protectores mamarios, termómetro digital, algodón y cremas.
- Porta bebé para el traslado del bebé hasta los 6 meses.
- Mordillo, sonajero móvil para cuna y un libro de cuentos.
- Guía de cuidados para la mamá y el bebé.

¿Cuándo se entrega el kit Qunita?

La entrega está prevista en el contexto del alta conjunta y hasta siete días posteriores al nacimiento. Para ello la puérpera (o quien ella designe) deberá concurrir al establecimiento de salud donde ocurrió el nacimiento y presentar su Documento Nacional de Identidad (DNI) y CUIL de la madre y certificado de nacimiento del bebé.

Previo a la entrega del kit, el personal del equipo de salud del establecimiento deberá verificar que la madre sea titular de la Asignación por Embarazo para Protección Social y emitirá un comprobante de recepción de esa documentación.

Mendoza Miércoles, 01 de julio de 2015

El debate por el aborto y una insólita sesión en el Senado de Mendoza

Legisladores del PJ y la UCR se fueron enojados con Noelia Barbeito (FIT) por no participar en la votación de los pliegos de 16 jueces. Sólo se quedaron nueve.



Desplante masivo. Los senadores quisieron pagarle a Noelia Barbeito con la misma moneda.

Por Paola Alé

ale.paola@diariouno.net.ar

A la sesión de tablas que el Senado realizó ayer podría caberle los adjetivos de “insólita” y “sorprendente”. Primero, porque se votaron y se aprobaron, en una sesión de acuerdos que duró menos de dos horas, 16 pliegos para el ingreso de nuevos magistrados, sin la presencia de la senadora del Frente de Izquierda y los Trabajadores (FIT) Noelia Barbeito. En segundo lugar, porque cuando Barbeito ingresó a la Cámara Alta, ya a punto de terminar la sesión ordinaria, a poner en debate nada menos que el tema del Protocolo Nacional para la Interrupción Legal del Embarazo –en Mendoza deliberadamente no se cumple–, sólo quedaron en sus bancas nueve senadores, los demás se levantaron y se fueron.

Consultados acerca de por qué había sucedido la “huida masiva” de senadores del PJ y la UCR, desde ambos bloques aseguraron que si bien “no estaba arreglado”, los senadores quieren pagarle a Barbeito con la misma moneda con la

que ella actúa. Antes de que la sesión se cayera por falta de quórum, algunos senadores (los suficientes para la votación) ingresaron nuevamente a la cámara y enviaron el proyecto a tres comisiones: Legislación y Asuntos Constitucionales, Salud y Género.

Situación tensa

Si bien la sesión había comenzado cerca de las 13, la legisladora del FIT llegó a ocupar su banca antes de las 15. La votación secreta por los jueces e incluso parte de la sesión ordinaria ya había transcurrido. Cuando se sentó y pidió la palabra, los legisladores comenzaron a pararse y a retirarse.

Tan violenta fue la situación, que Barbeito consultó a quien presidía la sesión, el radical Daniel Ortiz, si debía abandonar lo que estaba diciendo, porque el proyecto no se podía tratar con sólo diez legisladores. Sin embargo, pudo continuar hablando porque cuando empezó tenía quórum suficiente.

Antes de dar la sesión por caída, Ortiz llamó tres veces y algunos senadores que se encontraban detrás de la puerta entraron y votaron. La decisión fue enviar la iniciativa de Barbeito a comisiones.

El único que habló fue el presidente del bloque del PJ, Gustavo Arenas. El senador aseguró que “entiendo que hacia adentro de los partidos no hay una posición homogénea, pero el tema exige un debate serio, me comprometo a que así se haga”.

Finalmente, Barbeito afirmó que “es indignante lo que ocurrió, siempre que se plantean estos temas los legisladores se levantan y se van. Hace cien años que las mujeres no tenemos un derecho y ¿ellos no pueden tomarse cinco minutos para escuchar?”.

Arenas y Sergio Moralejo (UCR) sostuvieron que si bien no se pusieron de acuerdo entre ellos, la senadora del FIT no puede exigir que se queden a escucharla porque ella no lo hace tampoco.

“Llegó cinco minutos antes de que terminara la sesión, firmó y se fue. Es una falta de respeto de su parte”, aseguró Moralejo, quien agregó: “Yo me quedé por una cuestión de educación”. No fue lo mismo que hizo el resto del bloque radical, con excepción de Eduardo Giner, Juan Carlos Jaliff y Gerardo del Río.

Arenas reafirmó que no estuvo organizado, pero que Barbeito hace lo mismo con los proyectos del resto de sus compañeros de banca.

Si bien el proyecto de resolución del FIT en nada cambiaría la situación del incumplimiento en el que la provincia ha caído por no poner en práctica el protocolo, ni sus modificaciones hechas en abril, es una clara expresión política desde la Legislatura hacia el Ejecutivo.

Moralejo dijo que “acá no se trata de cuestiones de forma, como lo es una resolución, sino que hay discutir el fondo del asunto. Esto es, que la provincia no cumple con una disposición nacional ni con lo escrito en el Código Penal”.

Hasta ahora sólo 8 provincias cuentan con guías basadas en la disposición de la Corte que establece que el protocolo es de aplicación obligatoria en todo el país tanto en el sector público como en el privado.

Quiénes sí estuvieron

Los que se quedaron durante la presentación del proyecto fueron: por la UCR, Sergio Moralejo, Juan Carlos Jaliff, Eduardo Giner, Gerardo del Río y Daniel Ortiz (presidiendo la sesión). En tanto, por el PJ lo hicieron Gustavo Arenas, José Escoda, Juan Carlos Ortiz, Claudia Torres y Francisco Cofano. Luego de que llamaron tres veces para lograr quórum, entraron algunos más al recinto.

Nueva información médica, bioética y legal

La nueva guía sobre el aborto no punible consta de 72 páginas y es una actualización del protocolo que el Ministerio de Salud de la Nación elaboró por primera vez en 2010, que por entonces generó una fuerte polémica.

Para una segunda edición, a cargo del Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable, se actualizó la información médica, bioética y legal. Allí se habla de cuándo debe practicarse un aborto, según el fallo de 2012 de la Corte Suprema, y se considera el riesgo para la vida o la salud de la mujer, y los embarazos productos de una violación. Se aclara cómo debe darse la objeción de conciencia de los médicos.

Tabla de noticias sobre salud extraídas de Mdz entre los meses julio y agosto de 2015

Artículos	Comentarios
Una joven de 23 años murió a causa de un aborto	0
Montero presentó un proyecto para regular el alquiler de vientre	0
Confirmaron otro caso de alquiler de vientre en Mendoza	0
Muerte digna y cuidados paliativos	0
Muerte digna: en Mendoza hay 6.000 personas en estado de terminalidad	0
Diez murió sin que llegue a aplicarse el fallo de la Corte	0
Sí a la muerte digna: los principales puntos del fallo	0
Muerte digna: la Corte aclaró que no avala la eutanasia	0
El fallo completo de la Corte Suprema sobre la "muerte digna"	0
Fundavita y la viralización de la solidaridad	0
¿Cuánto influye el medio ambiente en el genoma humano?	0
Trasladaron de urgencia a una nena de Uspallata al Notti	0
Miles de argentinos serían hipertensos por consumir alcohol	0
La Justicia autorizó el uso de cannabis para un paciente con HIV	0
Y un día, la crisis no se pudo ocultar	0
Presentaron en el país un dispositivo para prevenir el ACV	0
Una máquina en actualización demora la atención en Fuesmen	0
Buscan descentralizar el Registro de Donantes de Médula de Mendoza	0
Podrían sobreeser a dos médicos acusados de mala praxis	0
Denunció que tuvo su bebé en el inodoro de un hospital	0
Prohíben la venta de vigorizante sexual	0
Planifican recreación y tiempo libre en la UNCuyo	0
Continúan los problemas en el hospital Sícoli de Lavalle	0
Solicitan 40 dadores de sangre para una mujer	0
Tres muertos por Gripe A en Santa Fe	0
Entregaron los primeros kits de Qunita a madres y recién nacidos	0
El Frente Popular marcha contra la droga en Mendoza	0
Fundavita y una importante donación al Hospital Lencinas	0
Alarma por dos muertes por Gripe A en Santa Fe	0
¿Cuánto cuesta salvar a un niño en Argentina?	0
Campaña de bien Público "Un análisis previene" se realiza en Mendoza	0
Fundavita ortorgará equipamiento al hospital Lencinas	0
Robo de bebés: mamás piden banco genético	0
Murió Tiziana, la beba que consumió silicona líquida	0
Nació Entrelazados: una nueva alianza solidaria	0
Campaña de Fundavita que prendió fuerte en Mendoza	0
Le reconstruyeron la mandíbula con el peroné	0
Prevención gratuita del cáncer de boca en Mendoza	0

Argentino creó un guante que previene la muerte súbita	0
Evoluciona un joven con meningitis en San Rafael	0
Tres casos de gripe A En Formosa	0
Prohibieron una leche infantil por una bacteria	0
El 90% de las operaciones se realizan con cirugías laparoscópicas	0
Expectativa de vida e identidad: todo está guardado en los genes	0
La lucha de un jugador que conmueve al fútbol argentino	0
Un argentino identificó una pieza clave del "GPS" cerebral	0
Diez tenía neumonía y murió en compañía de un familiar	0
Escrache de los afiliados de OSEP en San Rafael	0
Oftalmólogos solidarios recorren la provincia	0
Investigan si Argentina Maternity operaba como una "cuasi empresa"	1
Alquiler de vientre: para el juez, "Mendoza no está preparada"	1
La Corte Suprema falló a favor de la "muerte digna"	1
"Las niñas de 12 años no conocen su cuerpo"	1
Mala praxis en el hospital Español: la nena está "estable"	1
Hubo acuerdo y ya no habrá paro en el Microhospital	1
Presión de los estatales por "democratización de OSEP"	1
Salud: una ley del oficialismo que aún no se aplica	1
Ampros presionó y obtuvo un sánguche	1
Otra nena internada por aspirar purpurina	1
Confirmado: en Argentina se fuma menos	1
ATE reitera denuncias en la Salud en Lavalle	1
¿Por qué los argentinos son los más obesos de Sudamérica?	1
ONG estima en \$500 millones la deuda de mutuales y ART a Salud	1
Las aseguradoras y ART le deben al sistema de Salud \$110 millones	1
Trasladada grave en helicóptero de Tupungato al Central	1
Río Negro: embarazó a una nena de 11 años	1
Ampros vuelve a presionar por Ganancias antes de las vacaciones	1
El 80% de los accidentes los protagonizan menores de 30	1
Así salvaron a un bebé con las instrucciones del 911	1
CFK celebró la llegada del nuevo tomógrafo al FUESMEN	1
Mirá la entrevista completa	1
Proponen 6 meses de licencia para que mamás puedan amamantar	2
La figura legal de Argentina Maternity, en la mira	2
El 49% de las empresas argentinas no da descanso por lactancia	2
Muerte digna: para Chediack, "el debate recién empieza"	2
¿Qué piensa el abogado de Argentina Maternity?	2
Alarma por posible caso de meningitis en Godoy Cruz	2
Por burocracia, pacientes con psoriasis no reciben medicación	2
Quieren compensar con \$250 mil a una Asociación de Lucha	2

contra el Cáncer	
Radicales "intimaron" a las autoridades de la OSEP	2
La Provincia entregó 349 kit del Programa Crecer Sanitos	2
Guadalupe sigue en terapia intensiva	2
Segunda oportunidad: "Nos recuperamos sin que nadie nos obligue"	2
"Han desaparecido los viejos referentes"	2
El Gobierno admite atraso de 7 meses con proveedores oncológicos	2
La doctora que ejerció mala praxis con Guadalupe "desapareció"	3
Paro por la situación límite del Microhospital	3
Piquete por la crítica situación del Microhospital	3
La búsqueda que destapó la trama de robos de bebés	3
Barbeito: "Hoy existe salud pública gracias a los trabajadores"	3
Proponen mejorar la Asignación por Hijo	3
Las clínicas privadas le cierran la puerta a OSEP	3
Salud: La política no habla de eso porque los que la necesitan no tienen voz	4
Ampros reclama todavía más pases a planta permanente	4
OSEP prometió y las clínicas levantarán la suspensión	4
Un niño con hidrocefalia hace tres años que espera ser operado	4
Se inundó un quirófano nuevo en plena operación	4
Ampros se desliga de una posible "mala praxis" por falta de fondos en OSEP	5
Sin respuesta: llamó al hospital durante 40 minutos... mirá lo que pasó	5
Retenciones: los gremios no denuncian y OSEP hace silencio	5
En medio de la crisis, crece la presión sobre OSEP	5
Qué hacer con la salud de Mendoza, según Zaldívar	6
Denuncian 25 nuevos nombramientos en la OSEP	6
El agua mal potabilizada que se toma en Mendoza	6
Una "curita" de \$15 millones para los proveedores	6
Nadie se hace cargo del Microhospital	6
Un invento mendocino para el mundo	6
¿Cómo pretende eficientizar el sistema de salud el próximo gobierno?	7
Horas después del fallo de la Corte, murió Marcelo Diez	7
Microhospital: "Los pacientes compran las jeringas"	7
OSEP rechazó críticas de Ampros y la UCR	7
Microhospital: "Los pacientes compran las jeringas"	7
Una licitación reveló la crisis de los hospitales públicos	9
Deudas cruzadas de OSEP y el Gobierno	9
El descalabro de la salud en Mendoza	11
El hospital Universitario sigue estancado	11
Protesta por caso de mala praxis en el hospital Español	13
Deuda millonaria con OSEP: ¿cuál es la causa?	14

Tanús quiere castigar a las clínicas que no reciban OSEP	14
La llamada que generó la salida del director de Hospitales	15
Sagasti entregó el primer kit "Qunita" en Mendoza	17
La deuda con OSEP complica a funcionarios	21
Morir abandonada en el Hospital Del Carmen	28

Noticias analizadas de Mdz

SOCIEDAD

Morir abandonada en el Hospital Del Carmen

Dorita aportó desde siempre a una obra social que sobre el final de su vida no le ofreció ni siquiera alguien que la cuidara de noche.



por Alejandro Frias @friasale

30 de Agosto de 2015 | 06:30



"Toda una vida aportando a una obra social que no le dio ni pañales para morir dignamente".

Con esta dolorosa frase resumió Silvina el tratamiento que le dieron a su madre en el Hospital del Carmen, donde Dorita, de 71 años, falleció en las primeras horas del lunes de esta semana.

Dorita ingresó a la guardia del Hospital del Carmen a mediados de agosto, y mientras esperaba a que la atendiera le dio un ACV, por lo que es trasladada a terapia intensiva, donde por fin comienzan a atenderla.

Lo que vendrá después de esto serán días en los que la familia será testigo del lamentable trato que se le da a la mujer, a la que prácticamente se abandonó.

El ACV que sufrió Dorita es el de mayor impacto, por lo que su estado se tornó irreversible. Por eso, los médicos tomaron una decisión al menos cuestionable: trasladarla a la unidad coronaria, donde no hay neurólogos sino cardiólogos, por lo que los familiares de la mujer cada vez que necesitaba consultar a algún especialista debía rastrearlo y esperar a que estuviesen dispuestos a atenderlos.

Pero este fue sólo el comienzo, ya que, días después, los médicos la derivaron a una sala común. Los argumentos para todos estos traslados y, consecuentemente, el descuido definitivo de la paciente fue que se trataba de un caso terminal y que "necesitaban la cama para alguien que se pudiera salvar", de acuerdo a lo que les dijeron a los familiares en el hospital.

Es a partir de entonces que, a juicio de Silvina y el resto de los familiares de Dorita, "se desentienden de casi todo". Ya no hubo personal del hospital para higienizarla, cosa que en un paciente como este es algo de extremo cuidado, porque existe el riesgo de que se broncoaspire con una traqueotomía involuntaria.

En casos como estos, hasta lavarle el pelo al paciente es algo que deben realizar los profesionales, pero no había ninguno disponible de parte del hospital. "Y cada vez que avisábamos a las enfermeras que se ahogaba para que la aspiraran, recibíamos un reto de parte de ellas porque molestábamos", reseña Silvina.

Por todo esto es que la familia tuvo que contratar a una enfermera para que estuviera junto a ella de noche (a un costo de \$500 por turno). Y si bien desde el hospital se comprometieron a solucionar esto, tal solución nunca llegó, y cada vez que preguntaron qué era lo que la demoraba, respondían que el tema ya lo tenía OSEP.

Finalmente, Dorita falleció en las primeras horas del lunes 24 de agosto, y tal fue el grado de desidia de parte del prestador de salud del Estado, que hasta esta desafortunada noticia fue dada a la familia por la enfermera que habían contratado, porque así se lo pidieron a ella en el hospital.

"Si mi mamá tuvo una muerte digna fue gracias a nosotros, porque el hospital jamás le dio nada. Estaba tirada en una cama de sala común cuando necesitaba cuidados intensivos. Los médicos, fríos e inhumanos, las enfermeras, igual. Jamás hicieron nada por ella. Me peleé con medio hospital y se cagaron de risa

de nosotros. Toda una vida aportando a una obra social que no le dio ni pañales para morir dignamente. Nosotros llevamos todo, jabón, talco, agua oxigenada, pañales toallas humedecidas para poderla higienizar. Toda una vergüenza, y una gran tristeza para nosotros, en el medio del dolor y la desesperación, tener que lidiar con estos delincuentes", resume Silvina.

Dora López trabajó siempre como docente y como tal se jubiló, aportando durante todos esos años a una obra social que se desentendió de ella.

POLÍTICA

Tanús quiere castigar a las clínicas que no reciban OSEP

Quiere una ley para castigar a las clínicas privadas que deriven pacientes con OSEP a los hospitales públicos.

por MDZ Política

6 de Agosto de 2015 | 11:10



(Foto Fernando Martínez / MDZ)

El presidente de la Cámara de Diputados, Jorge Tanús, confesó que hay cosas que corregir en torno a la OSEP, pero culpó a las clínicas privadas por el colapso de los hospitales públicos. En este sentido, propuso impulsar una ley para sancionar a las clínicas privadas que pese a tener convenio con OSEP, derivan a los afiliados a los establecimientos del Estado.

La propuesta de Tanús llega después de que representantes de Ampros aseguraran que están trabajando sin los recursos necesarios, por lo que no podrán hacerse cargo "ante cualquier hecho grave".

"Parte de la situación es debido a la falta de financiamiento, pero también por la sobredemanda que hay porque las clínicas privadas, pese a que tienen convenio con OSEP, derivan todos los pacientes a los hospitales públicos", manifestó el presidente de la Cámara de Diputados. "Si no atienden a los afiliados, habría que rescindirles el convenio por cinco años", señaló en diálogo con *Uno nunca sabe (MDZ Radio)*.

Por otro lado, el legislador aseguró que es hora de "terminar con el híbrido que es la OSEP" y aclaró que considera que la obra social "debería estar en manos de los afiliados".

"Su caja debería ser administrada por la misma obra social y no pasar por ninguna caja del Estado", destacó. Hoy en día, los aportes de los afiliados van a una caja unificada, desde la cual el Gobierno la debe derivar a la OSEP.

"Puede que el defecto sea de los que administran la OSEP que no les pagan a las clínicas. Pero no puede ser que las clínicas no atiendan a los afiliados", aseveró.

Por último, aclaró que se trataría de una ley transitoria y se comprometió a trabajar con el próximo gobierno para refuncionalizar la OSEP.



POLÍTICA

Deuda millonaria con OSEP: ¿cuál es la causa?

El diputado provincial Martín Kerchner y el ex ministro de Salud Matías Roby se refirieron a las raíces del pasivo que mantiene el Estado con la obra social: ¿la falta de una Ley de Presupuesto o retención indebida de aportes?

por MDZ Política

10 de Julio de 2015 | 11:05



Kerchner y Roby hablaron por MDZ Radio. (Foto MDZ)

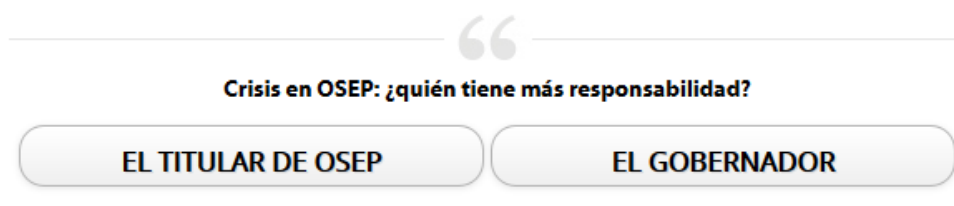
Mientras el Gobierno evita dar explicaciones convincentes sobre la deuda de **570 millones de pesos** con la Obra Social de Empleados Públicos (Osep), dirigentes de uno y otro bando intentan hallar las causas del problema poniendo blanco sobre negro.

Esta mañana, en comunicación con *MDZ Radio*, el ex ministro de Salud **Matías Roby** atribuyó esta problemática financiera a la **falta de una Ley de Presupuesto**. Sostuvo que el hecho de no contar con crédito hace que, en distintas reparticiones, se contraiga deuda que, en muchos casos, termina siendo el doble de la partida asignada por Hacienda.

"Es claro que no existe el flujo financiero en término de fondos efectivos para poder pagar lo oportunamente contraído como deuda. En términos presupuestarios hoy no habría crédito y no estarían liberadas las reservas para poder imputar deuda que puede no estar registrada", explicó Roby.

Y completó: "Muchas veces necesitás comprar tal o cual insumo y lo necesitás con urgencia; entonces, si seguís los caminos habituales en la práctica no podrías hacerte nunca del insumo. El problema es que hoy no sólo no hay crédito para imputar; tampoco hay dinero para pagar la deuda formalmente contraída. Te vas encontrando como en un callejón sin salida".

Criticó, sin embargo, que la provincia, manejándose con un Presupuesto reconducido más el 20 por ciento, haya cerrado paritarias salariales por un 35 por ciento.



En la vereda de enfrente, el diputado provincial por la UCR, **Martín Kerchner**, se contrapuso a Roby indicándole que **el verdadero problema no tiene que ver con la ausencia de una Ley de Presupuesto 2015 sino con que, gracias a la mala administración de los recursos, la provincia no tiene dinero.**

"Me llama la atención la falta de lectura de la Ley de Presupuesto y de la Constitución. Que no haya Presupuesto o que al Presupuesto reconducido se le haya sumado el 20 por ciento es una decisión unilateral del gobernador y del ministro de hacienda porque en ningún lugar dice que tenga que ser así. El reconducido es el presupuesto del año pasado más todo lo que recaudé", señaló Kerchner.

"Que eso lo gastes mal y que uses eso para justificar la ineficiencia de la administración de los recursos porque se gasta mal o sin control es otra cosa", abundó.

Luego, se refirió al círculo vicioso en el que ha caído el Estado debido a la malversación de recursos. **"El Estado le retiene a los empleados y no deriva esos fondos a la OSEP.** Luego, la OSEP no le puede pagar a los Hospitales. Esto deriva en que la ciudadanía en general tenga malos servicios tanto en la obra social como en los centros asistenciales", cerró.

Repasá aquí las entrevistas completas:



SOCIEDAD

Protesta por caso de mala praxis en el hospital Español

Una niña de 9 años que sufre de leucemia terminó parapléjica por un erróneo procedimiento médico. Por este caso hubo un corte en la avenida San Martín.

por MDZ Sociedad

28 de Agosto de 2015 | 19:27



(Foto Gentileza)

Un grupo de padres y alumnos del Colegio Argentino se manifestó frente al hospital Español, en Godoy Cruz, por un aparente caso de mala praxis cometido a principios de semana contra una niña de 9 años.

Según contó el padre de la pequeña, Marcelo Codes, a **MDZ**, su hija padece leucemia linfoblástica aguda, cuya enfermedad ya había sido tratada hace un tiempo, pero el miércoles pasado la joven tuvo una recaída, por lo cual concurren al hospital Español. Allí les programaron una sesión de quimioterapia para el lunes pasado. Pero nunca esperaron el terrible final.

El día pactado, la niña ingresó a la sala y, por protocolo, le realizaron una punción lumbar para colocarle un medicamento llamado metotrexato y otra droga más, que son utilizadas para tratamientos oncológicos. Además le colocaron vincristina, un potente medicamento que debe suministrarse vía endovenosa (sangre), pero la inyección fue aplicada en la espalda, a la altura de la médula, según indicó Codes.

Al terminar la sesión de quimioterapia, la médica se acercó a los padres y les comentó que, si bien la niña estaba bien, una de las drogas resultó ser muy tóxica y debían practicarle un lavaje de la médula, por lo cual llevaron a la nena al quirófano y le colocaron un catéter.

Tras dos días, el miércoles al mediodía se le retiró el drenaje, pero inmediatamente la nena empezó con problemas urinarios y perdió la movilidad en las piernas. Ante la alarma de sus padres, los médicos le colocaron a la niña una sonda nasogástrica, poniendo en alerta a los progenitores.

"Mi hija estaba muy bien a pesar de la recaída por la leucemia. Por eso, a la madrugada del jueves, le pedí explicaciones a la doctora, quien me dijo: 'Le pusimos una inyección en la médula que no iba. Nos equivocamos'. No lo podía creer", resumió Marcelo.

Por el momento, la familia no ha realizado la denuncia "porque estamos abocados en la recuperación de la nena, y estamos esperando unos resultados clínicos".

De todos modos, la comunidad educativa del Colegio Argentino, a donde asiste la niña, se está manifestando en las puertas del hospital Español para exigir que los responsables se hagan cargo y las autoridades brinden una respuesta contundente.



rock 'n roll refugee
@djculture

 Seguir

@mdzonline corte de calle en htal español godoy cruz reclamo de mala praxis q dejo niña de 9 años cuadriplejica

21:02 - 28 ago 2015

   1

SOCIEDAD

El hospital Universitario sigue estancado

El edificio del ex hospital Ferroviario tiene cuatro plantas, pero sólo funcionan la PB y el subsuelo ya que los pisos restantes requieren de refacciones y "no hay mano de obra especializada".



por Melisa Villarroel @melvillarroel

26 de Agosto de 2015 | 06:52



(Foto Alf Ponce / MDZ)

En abril del 2011 el hospital Universitario abrió sus puertas para recibir a sus primeros pacientes. Previo a eso, el ex hospital Ferroviario fue adquirido por \$3,5 millones por la UNCuyo, que en una primera etapa invirtió \$15 millones para su remodelación.

Hoy, cuatro años después, sólo funcionan la planta baja y el subsuelo. Desde la universidad advierten que no hay problemas de financiamiento para llevar adelante las obras para los tres pisos restantes, pero sí para conseguir mano de obra especializada.

En la apertura del establecimiento, las autoridades de la Universidad Nacional de Cuyo informaron que la primera etapa del proyecto del hospital comprendía la habilitación del subsuelo y la planta baja.

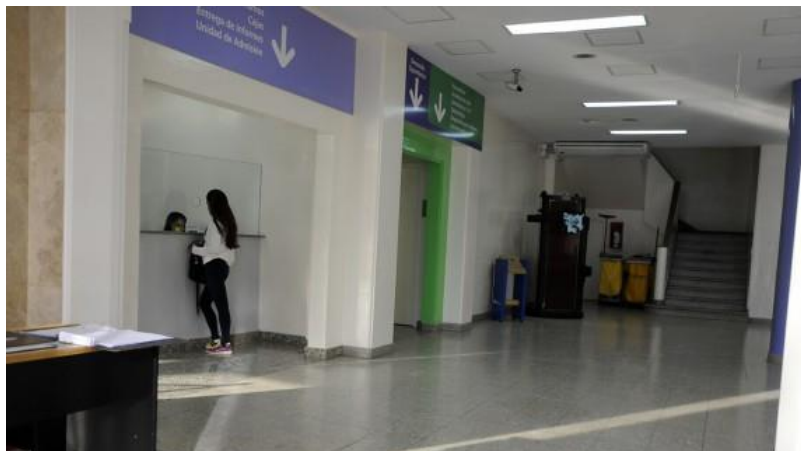


Allí se pusieron en funcionamiento 13 consultorios, que en la actualidad brindan servicios de: clínica quirúrgica, pediatría, obstetricia, ginecología, y odontología.

Es decir, que el impactante edificio ubicado en la calle Paso de Los Andes de la Sexta Sección hoy por hoy utiliza solo dos pisos.

Cuando se comenzó con el proyecto, el ex rector de la UNCuyo, Arturo Somoza advirtió que la segunda etapa, que comprende la creación de las áreas de internación, terapia intensiva y quirófanos, se realizaría "en los próximos meses" -en referencia a abril de 2011- porque por el momento se encontraba "supeditada al financiamiento".

MDZ visitó las instalaciones del nosocomio universitario y hasta el momento todo sigue igual que hace cuatro años.



El vicerrector de la Universidad Nacional de Cuyo, Jorge Barón, explicó que la principal dificultad para avanzar con la obra es la falta de especialistas en infraestructura médica para redactar los pliegos licitatorios correspondientes.

"En el primer piso se tienen que construir cuatro quirófanos con salas asociadas de anestesia y recuperación. Además, allí va a funcionar terapia intensiva, terapia pediátrica e internación general. Esto, hasta el momento, no se ha podido hacer", reconoció la autoridad.

"Desde el punto de vista arquitectónico está todo listo, pero para poder redactar el pliego licitatorio hay que especificar ciertas instalaciones que son muy complejas, como algunos servicios propios de hospitales... gases hospitalarios e instalaciones específicas para quirófanos. En Mendoza hay pocas personas que sepan explicar cómo es la instalación, la verificación y la colocación de estos gases que se usan para distintas tareas médicas, entonces no hemos podido llevar adelante el proyecto", explicó Barón.

Jorge Barón aclaró que la falta de servicios del hospital "no se debe a falta de presupuesto, sino a falta de profesionales que pueden redactar el pliego licitatorio".

"Por ahora, el Hospital Universitario no está funcionando en su categoría propia por falta de estos servicios, sino como 'atención ambulatoria'. Desde el año pasado tenemos depositado un presupuesto de \$13 millones para poder hacer el primer piso", aseguró Barón y agregó que las obras del segundo y tercer piso,

donde habrá "más internación, consultorios y el área de rehabilitación, se llevará adelante después del primer piso porque son obras más baratas".

"Tampoco tenemos profesionales que sepan explicar el equipamiento de termodinámica, aire acondicionado y purificación de los quirófanos para evitar infecciones intrahospitalarias. Por eso, ahora la Dirección de Obras de la Universidad ha contactado a un grupo de profesionales para que se ocupen de estos temas específicos. El objetivo es contratarlos para que nos ayuden a redactar el pliego y en uno o dos meses poder licitar", contó el vicerrector de la UNCuyo.

"La universidad tiene fondos para afrontar esta obra pero no tenemos la especificación de los sistemas complejos para llamar a licitación y redactar el pliego", cerró Barón.

POLÍTICA

Deudas cruzadas de OSEP y el Gobierno

La Obra Social de los Empleados Públicos tiene una deuda flotante superior a los 377 millones de pesos y el Gobierno le debe cerca de 500 millones en conceptos de retenciones. La Asociación de Clínicas reclama que no reciben el pago por las prestaciones desde marzo.



por Bárbara Del Pópolo @BarbyDelPopolo

23 de Julio de 2015 | 06:46



(Foto Alf Ponce / MDZ)

La Asociación de Clínicas y Sanatorios de Mendoza (ACLISA) es una de las perjudicadas a partir de que el Gobierno no tiene Presupuesto, o de que se haya financiado con fondos de la OSEP. La Obra Social de los Empleados Públicos lleva cuatro meses sin abonarles las prestaciones que estas hicieron a sus afiliados, más lo que va de julio.

De acuerdo con uno de los integrantes de ACLISA, Hugo López Cecco (ex director de la entidad, y actual prosecretario), la organización ha mantenido reuniones con los referentes del organismo a fin de lograr al menos el pago de dos meses juntos.

"Las clínicas están con un problema grave, porque esa es plata que se invierte para poder atender a los afiliados de OSEP, en algún momento van a tener que pagar para que se los pueda seguir atendiendo", explicó López Cecco.

De acuerdo con el prosecretario de ACLISA, el año pasado, si una prestación se daba en marzo, en abril se facturaba y hacia los primeros días de junio el dinero ya estaba depositado.

Es un problema con la OSEP porque la plata de ellos se la ha llevado el gobierno", agregó Cecco.

Por su parte, Ricardo Diez, también miembro de la asociación, explicó que por contrato el Gobierno puede demorarse hasta 60 días en el pago, pero sostuvo que en este caso la deuda viene desde febrero. De todas maneras, desde ACLISA no pudieron estimar el número total que les adeuda el organismo.

Las clínicas privadas reciben el 48% de las internaciones que tienen lugar en la provincia.

Los números de OSEP

La obra social tiene un presupuesto asignado de \$2.149 millones y proyectaron una ejecución, en un promedio, de 550 millones trimestrales.

Durante el primer trimestre de 2015, se gastaron 429.801.504 millones, superando en más de 11 millones la proyección, y el organismo publicó que tiene una deuda flotante de **377 millones de pesos, en la que no se incluyen los pagos que se adeudan a las clínicas privadas, por tratarse de una deuda contraída en el segundo trimestre.**

ACUERDO N° 3949

ANEXO 1: PROGRAMACION FINANCIERA ART. 22 LEY 7314

REPARTICION: Obra Social de Empleados Públicos
EJERCICIO: 2015

NOMENCLADOR: 050801
TRIMESTRE: 1°

	CONCEPTO	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Presupuesto Votado del Ejercicio
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(1)+(2)+(3)+(4)
I	RECURSOS CORRIENTES	429.801.504,07	515.701.804,88	580.232.030,49	623.212.180,89	2.149.007.520,33
II	GASTOS CORRIENTES	737.445.227,09	637.445.227,09	424.963.484,72	324.963.484,72	2.124.817.423,62
III	RESULTADO ECONOMICO: AHORRO/DESAHORRO (II-I)	(307.643.723,02)	(121.683.422,21)	155.268.545,77	298.248.696,17	24.190.096,71
IV	RECURSOS DE CAPITAL					-
V	GASTOS DE CAPITAL	7.257.029,01	7.257.029,01	4.838.019,34	4.838.019,35	24.190.096,71
VI	EXCEDENTE ANTES TRANSFERENCIAS FIGURATIVAS (II+V-VI)	(314.900.752,03)	(128.940.451,22)	150.430.526,43	293.410.676,82	-
	TOTAL RECURSOS (I+IV)	429.801.504,07	515.701.804,88	580.232.030,49	623.212.180,89	2.149.007.520,33
	TOTAL GASTOS (II+V)	744.702.256,10	644.702.256,10	429.801.504,06	329.801.504,07	2.149.007.520,33
VII	RECURSOS FIGURATIVOS	-	-	-	-	-
VIII	GASTOS FIGURATIVOS	-	-	-	-	-
IX	NECESIDAD DE FINANCIAMIENTO (VI+VII-VIII)	(314.900.752,03)	(128.940.451,22)	150.430.526,43	293.410.676,82	-
X	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	-	-	-	-	-
XI	APLICACIONES FINANCIERAS	-	-	-	-	-
XII	FINANCIAMIENTO NETO (X-XI)	-	-	-	-	-
XIII	RESULTADO FINANCIERO (IX+XII)	(314.900.752,03)	(128.940.451,22)	150.430.526,43	293.410.676,82	-

La OSEP tiene un total de 2.928 empleados permanentes y 584 contratados, que le significan un importe trimestral de \$135 millones y medio (\$135.461.450), es decir más de 45 millones mensuales (\$45.153.816,7), o un gasto promedio mensual de \$12.800 por empleado. De acuerdo con los datos publicados por la OSEP en su página web.

El Gobierno mantiene una deuda con la OSEP, al ser agente recaudador de los aportes sociales que se les descuentan a los trabajadores, y tiene la responsabilidad de trasladarlos a la obra social, pero de acuerdo con las declaraciones del legislador radical Nestor Parés a MDZ, existe una deuda que superaría los 500 millones de pesos.

Ese monto que reclama la OSEP, de acuerdo con los expedientes que aparecen en la misma página web, supera **la deuda flotante que publica la obra social, para el primer trimestre de 2015, que tiene un total acumulado de 377 millones de pesos.**

Del total de la deuda, el organismo público informó que 218 millones corresponden a "servicios generales", 64 millones a "personal"; 74 millones a "aplicaciones financieras", 6 millones a "locaciones de servicio" y 15 millones a "bienes corrientes"

Los números de la OSEP, publicados en su web, al 1° trimestre de 2015:

ACUERDO N° 3949

ANEXO 6: EVOLUCION DE LA DEUDA FLOTANTE ACUMULADA AL FIN DEL TRIMESTRE

REPARTICION: Obra Social de Empleados Públicos
EJERCICIO: 2015

NOMENCLADOR: 050801
TRIMESTRE: 1°

CONCEPTO	STOCK DE DEUDA FLOTANTE AL INICIO DEL TRIMESTRE	VARIACION DEUDA FLOTANTE CONTRAIDA EN EL TRIMESTRE	STOCK DE DEUDA FLOTANTE AL FINAL DEL TRIMESTRE
	(1)	(2)	(3)= (1) + o - (2)
Gastos Corrientes	-	303,835,991.52	303,835,991.52
Personal	-	64,341,638.53	64,341,638.53
Locaciones de servicios	-	5,712,609.93	5,712,609.93
Bienes corrientes	-	15,577,805.26	15,577,805.26
Servicios generales	-	218,203,937.80	218,203,937.80
Transferencias			
a Municipios			
a Otros Organismos			
Erogaciones sin discriminar			
Erogaciones de capital	-	681,860.40	681,860.40
Bienes de capital	-	539,811.13	539,811.13
Trabajos públicos	-	142,049.27	142,049.27
Inversión financiera	-		-
+Préstamos	-		-
+Aportes de capital	-		-
Bienes preexistentes	-		-
Erogaciones figurativas			
Aplicaciones financieras	196,126,975.76	(121,953,214.74)	74,173,761.02
TOTAL	196,126,975.76	182,564,637.18	378,691,612.94

ACUERDO N° 3949

ANEXO 19: DETALLE DE LA PLANTA DE PERSONAL Y CONTRATOS DE LOCACION. IMPORTES LIQUIDADOS ACUMULADOS AL FIN DEL TRIMESTRE

REPARTICION: Obra Social de Empleados Públicos
EJERCICIO: 2015 TRIMESTRE: 1°

NOMENCLADOR: 050801

ORGANISMO O MUNICIPIO	PLANTA PERSONAL PERMANENTE		PLANTA PERSONAL TEMPORARIO		TOTAL PLANTA PERSONAL		HORAS CATEDRA		CONTRATOS LOCACION SERVICIOS/LOCACION OBRAS	
	CARGOS	IMPORTE	CARGOS	IMPORTE	CARGOS	IMPORTE	CANTIDAD	IMPORTE	CANTIDAD	IMPORTE
Dirección General- Delegaciones- Centro Odontológico	1,518	66,294,592.57	80	4,475,772.12	1,698	70,765,334.69	-	-	399	8,679,901.84
Hospital El Carmen	763	31,387,099.06	141	7,431,023.06	904	38,818,032.72	-	-	78	2,196,243.85
Sanatorio A. Fleming	278	12,532,617.10	38	1,347,187.82	306	13,879,804.92	-	-	107	1,162,131.90
TOTALES GENERALES	2,679	110,214,188.73	349	13,248,983.60	3,028	123,463,172.35	-	-	584	11,998,277.59

POLÍTICA

Una licitación reveló la crisis de los hospitales públicos

La crisis económica de la provincia repercutió -una vez más- en una de las áreas más sensibles para la población: Salud. Por falta de presupuesto, el Hospital Lagomaggiore suspendió una licitación para comprar monodrogas y material descartable.



por Mariano Bustos- @MarianoBustos_

15 de Julio de 2015 | 11:09



(Foto MDZ)

La delicada situación económica que atraviesa la provincia repercute en los servicios sanitarios de Mendoza. A los reclamos de AMPROS por la falta de pago a médicos comunitarios, se suma la falta de presupuesto de los principales hospitales para comprar insumos. Un ejemplo es el **Hospital Lagomaggiore**, que ha tenido que suspender la licitación de "Monodrogas y Descartables" debido a la falta de dinero.

Así quedó reflejado este miércoles en la resolución 314 de la Dirección General de Contrataciones Públicas y Gestión de Bienes, la cual determinó la suspensión de la licitación de insumos convocada para el día de mañana.

Si bien la norma aclara que seguirá adelante el proceso licitatorio para distintos efectores de la provincia, las autoridades del Lagomaggiore solicitaron la suspensión de la convocatoria pública aduciendo problemas de carácter presupuestario "ajenos a la voluntad del nosocomio".



Según explicó el director del Hospital Lagomaggiore, Fernando Vera Vázquez, esto no quiere decir que el nosocomio esté por quedarse sin los insumos necesarios para su normal funcionamiento. "Como ente descentralizado, estamos facultados a adquirirlos por compra directa", señaló el funcionario, quien aclaró que en vez de licitar la totalidad de los insumos hasta fin de año, realizarán compras a corto plazo.

"Hay problemas de insumos, no lo voy a negar, pero el servicio no se ha visto resentido", agregó y remarcó que los inconvenientes podrían agravarse si no se sanciona la ley de presupuesto antes de agosto. "El problema económico es real, sobre todo si no se aprueba el presupuesto. De no solucionarse, vamos a tener que salir a pedir refuerzos a través de otras leyes", confesó.

Vera Vázquez argumentó que la caída de la licitación responde a incoherencias en el pliego y errores de cálculo, pese a que en la resolución hacen referencia a la falta de capital para hacer frente a una compra de tal magnitud.

Sin embargo, el del Lagomaggiore no es un caso aislado, ya que se trata de una situación que se repite en diferentes centros asistenciales de la provincia. Incluso, profesionales del Hospital Central han manifestado su preocupación a **MDZ** por la situación que se vive allí, donde no sólo escasean los insumos sino que también estarían afectadas las cirugías programadas.

Por otro lado, el lunes, el gremio de profesionales de la salud (AMPROS) relató la grave situación por la que atraviesan médicos comunitarios que no cobran sus haberes desde hace varios meses.

Los médicos comunitarios son profesionales muy sacrificados, algunos hacen cuarenta o cincuenta kilómetros de ida y de vuelta y ellos se financian el costo. Es vergonzoso que sabiendo que no tienen dinero ni para el combustible, el Gobierno no haya efectivizado el pago", denunció la secretaria Gremial de AMPROS, Claudia Iturbe.

DIRECCION GENERAL DE CONTRATACIONES PUBLICAS Y GESTION DE BIENES

RESOLUCIÓN N° 314 DGCP y GB

Mendoza, 14 de julio de 2015

Vista: La nota presentada en Mesa de Entradas de la Dirección General de Contrataciones Públicas y Gestión de Bienes en la que la Dirección Ejecutiva del Hospital Luis Carlos Lagomaggiore solicita la suspensión del llamado a Licitación Pública de Convenio Marco para las categorías "Monodrogas y Descartables";

CONSIDERANDO:

Que la Ley de Administración Financiera N° 8706, en su Art. 131° faculta a la Dirección General de Contrataciones Públicas y Gestión de Bienes a llamar a Licitación Pública de Convenio Marco;

Que en uso de dichas facultades, el Director General dispuso por Resolución N° 288/15- DGCPyGB la apertura de la Convocatoria Pública N° 8087 para el día 16 de Julio de 2015 a las 11:00 horas, para las categorías "Monodrogas Hospital Lagomaggiore"; "Descartables Hospital Lagomaggiore" y "Monodrogas, descartables y productos médicos para distintos efectores";

Que los motivos en los que se funda la solicitud de suspensión de la Convocatoria Pública N° 8087, son de carácter presupuestarios, ajenos a la voluntad del nosocomio;

Que la suspensión de una categoría del Catálogo de Oferta Permanente, dispuesta con anterioridad a la fecha prevista para su apertura, no lesiona intereses del Estado, ni de proveedores, ni de terceros;

Que sólo correspondería proceder a la suspensión de las contrataciones referidas al mencionado nosocomio, no así la categoría correspondiente a otros efectores públicos, para la cual continuaría



Libro de códigos utilizado para el análisis de los comentarios

Título de la noticia:

Diario:

Número de comentario:

1. Extensión:

1.1 Una línea

1.2 Dos o tres líneas

1.3 Cuatro o cinco líneas

1.4 Seis a ocho líneas

1.5 Más de ocho líneas

2. Contenido:

2.1 Comentario sobre el hecho noticioso

2.2 Comentario sobre el tratamiento periodístico

2.3 Comentario dirigido a otro/s usuario/s

2.3.1 Comentario sobre la postura de un/os usuario/s frente al hecho

2.3.2 Comentario sobre la postura de un/os usuario/s frente al tratamiento periodístico

2.3.3 Comentario sobre el/los usuario/s

2.3.4 Comentario en defensa de lo comentado por otro/s usuario/s sobre su persona

2.3.5 Comentario sobre la postura de un/varios usuario/s frente a otro/s usuario/s

2.3.6 Comentario sobre la redacción de otro/s usuario/s

2.3.7 Otros comentarios

3. Argumentación

3.1 Sin argumento

3.2 Con argumento

4. Lenguaje

4.1 Lenguaje correcto

4.2 Lenguaje mordaz

4.3 Lenguaje ofensivo

4.5 Lenguaje violento