

PAMPA DIGITAL. RELEVAMIENTO Y ANÁLISIS DE PORTALES DE NOTICIAS DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA. MAYO DE 2017.

Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Social – Plan 57297
Débora M. Valenzuela

Director: Prof. José Luis Petris

Septiembre de 2018
Facultad de Ciencias Humanas - UNLPam

Agradecimientos

A mis amigas Paula, Silvina y Lola, por la confianza y no dejar de alentarme para que concluyera esta etapa. A los amigos y amigas, los nuevos y los de siempre, que se sumaron a la “hinchada”.

A mi director de Tesis, Profesor José Luis Petris, por su enorme paciencia y claridad para conducirme en el desarrollo de este estudio.

Al diseñador Pablo Osio, por colaborar en el desarrollo de varios contenidos gráficos. A “Willy”, Mariano y “Tato”.

A los colegas y amigos que me regaló el oficio periodístico, con quienes debatí muchos aspectos de este trabajo.

A mis padres por el “aguante” incondicional; a mi compañero de ruta. Y especialmente a Julieta e Iván, que son mi faro en esta vida.

Muchísimas gracias.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

1. 1- Introducción.....	6
1. 2- Problema a investigar.....	7
1. 3- Objetivos generales.....	7
1. 4 - Objetivos específicos.....	8
1. 5- Las preguntas de la investigación.....	8

CAPÍTULO 2

2. 1- Metodología.....	9
2. 2- Perspectiva teórica.....	10
2. 3- Etapas de la investigación.....	11

CAPÍTULO 3

3. 1- Una síntesis de la historia de los medios pampeanos.....	13
3. 2- El trabajo de campo.....	15
3. 2. 1- Recolección de datos	15
3. 2. 2- Universo de estudio	16
3. 3 - Categorías de análisis.....	16
3. 3. 1- Tipo de portal	17
3. 3. 1. 1- Nativo digital primario, específico o temático y general	17
3. 3. 1. 2- Secundario	17
3. 3. 2- Sede física.....	17
3. 3. 2. 1- Declarada.....	17
3.3. 2. 2- No declarada.....	17
3. 3. 3- <i>Carácter territorial de la temática jerarquizada</i>	18
3. 3. 3. 1- Local.....	18
3. 3. 3. 2- Provincial.....	18
3. 3. 3. 3- Nacional.....	18
3. 3. 3. 4- Regional-transprovincial.....	18
3. 3. 4- <i>Periodicidad de actualización</i>	18
3. 3. 4. 1-Contínua	19

3. 3. 4. 2-Periódica diaria	19
3. 3. 4. 3- Periódica no diaria.....	19
3. 3. 5- Redes sociales. Con redes sociales. Sin redes sociales.....	19
3. 3. 6- Contenidos. Crónicas o noticias. Entrevistas. Columnas de opinión. Cartelera de servicios. Crítica de artes. Notas de color	19
3. 3. 7- Lenguajes. Textos e imágenes. Textos, imágenes y multimediales. Solo multimediales	19
3. 3. 8 - Interactividad con lectores	20
3. 3. 8. 1- Con área de participación de lectores.....	20
3. 3. 8. 2- Sin área de participación de lectores.....	21
3. 3. 9- Enlace a sitios externos. A auspiciantes. A sitios de interés para el lector. No registra del momento del relevamiento	21
3. 4- Tabla 2 - Portales y categorías de análisis	21

CAPÍTULO 4

4. 1- Hacia una clasificación de portales digitales de noticias de La Pampa	22
4. 1. 1- Nativos digitales	22
4. 1. 1. 1- Sin producción propia/exclusiva de contenidos.....	23
4. 1. 1. 2- Con producción propia de contenidos	25
4. 1. 2- Secundarios	26
4. 1. 2. 1- Versiones de medios gráficos	26
4. 1. 2. 2- La versión online del Boletín de Prensa del gobierno de La Pampa.....	27
4. 1. 2. 3- Portales de radios y programas de TV	28
4. 2- Algunas consideraciones geográficas	30
4. 3- Casos particulares y singulares	32
4. 3. 1. Ejemplo de un caso característico de nativo digital sin producción propia: 25informa.com	33
4. 3. 2- Un ejemplo de nativo, con producción propia: el portal feminista diariofemenino.com.ar.....	34
4. 3. 3- El enunciador coloquial en Pampanorte.com.ar.....	36

4. 3. 4- <i>El enunciador con perspectiva regional: el caso de Infohuella.com.ar</i>	43
4. 3. 5- <i>El pionero: Diario Textual</i>	46
4. 3. 6- <i>En boca de todos HD: la versión digital que superó a la original</i>	47
4. 3. 7- <i>Portales de medios gráficos</i>	52
4. 3. 7. 1- <i>Diario La Arena</i>	52
4. 3. 7. 2- <i>Diario La Reforma</i>	53
4. 3. 7. 3- <i>Diario El Diario de La Pampa</i>	54

CAPÍTULO 5

5. 1- Análisis de datos. Una perspectiva cuantitativa	56
5. 2- Los contenidos propios de cada localidad, un rol secundario	57
5. 3- Consideraciones geográficas	58
5. 4- Un formato heredado	60
5. 5- La interactividad en los portales	60
5. 6- Los lenguajes	61
5. 7- Generalidades retóricas, temáticas y enunciativas	61
5. 8- Conclusiones finales	62

BIBLIOGRAFÍA	64
---------------------------	----

ANEXO I - Portadas de portales relevados en mayo de 2017	67
---	----

ANEXO II - Tabla 1: Grilla general de portales relevados en La Pampa – mayo de 2017	73
--	----

ANEXO III - Tabla 2- Portales y categorías de análisis	106
---	-----

CAPÍTULO 1

1.1- Introducción

Los sitios web de noticias se han transformado en los últimos años en actores centrales dentro del espectro de los medios de comunicación. La provincia de La Pampa no ha escapado a la tendencia mundial de la digitalización de las noticias y fue escenario de un significativo crecimiento, tanto en la cantidad como en la calidad de este tipo de medios, que pasaron a convertirse en importantes espacios de producción informativa local, provincial y regional, que descentralizan la oferta informativa ofrecida por el resto de los medios tradicionales de comunicación.

La marcada concentración de la administración tradicional de las noticias cambió con la expansión de estos "nuevos" medios, favorecidos por el auge de las tecnologías de la comunicación e información.

Este trabajo ha sido desarrollado para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa. Tuvo como objetivo general relevar e identificar los portales digitales de noticias existentes en la provincia de La Pampa en el mes de mayo de 2017, incluyendo tanto los sitios nativos de internet como las versiones digitales de otros medios tradicionales como radios, diarios y programas de televisión.

La investigación se adentra en un terreno escasamente explorado como lo es el relevamiento y análisis comparativo sincrónico de sitios web de noticias regionales. Es un abordaje exploratorio del problema y una aproximación a la situación actual y las características principales del sector.

Se buscó además, contribuir al estudio de las características de los portales de noticias de toda la provincia de La Pampa ya que estos constituyen una importante fuente de producción continua de contenidos digitales, de distinto tipo, que dan cuenta de la realidad informativa de la provincia y de las diferentes localidades pampeanas.

1.2- Problema a investigar

La propuesta fue de relevamiento y caracterización de los portales digitales de noticias existentes en la provincia de La Pampa, que fueron analizados a través de dimensiones y características públicas en tanto espacios de producción informativa local, provincial y regional que descentralizan la oferta periodística ofrecida por el resto de los medios tradicionales de comunicación.

El recorte de análisis correspondió a los portales existentes en el mes de mayo del 2017 en la provincia de La Pampa.

Es importante destacar que esta investigación se centró en un corpus muy diverso, dinámico y en constante cambio. Y así quedó evidenciado porque durante el transcurso de la indagación varios sitios de noticias dejaron de encontrarse *online*. Por esto la decisión de acotar a un período de tiempo determinado el relevamiento y posteriormente, analizarlos.

Cabe destacar que, a diferencia de la génesis habitual de este tipo de medios –la mayoría de ellos surgieron como la versión digital de un periódico gráfico tradicional-, la realidad pampeana demuestra que, salvo excepciones tardías, los principales portales digitales de noticias de la provincia surgieron inorgánicamente y en forma autónoma a las empresas periodísticas previamente establecidas.

El abordaje fue desarrollado desde la perspectiva del usuario. Por lo tanto, en el relevamiento de los datos se procedió a trabajar exclusivamente con la información y servicios disponibles en los portales identificados. Su caracterización y descripción se realizó a través de dimensiones y categorías de análisis comunicacionales y semióticas.

Es importante destacar que hasta la fecha no existen trabajos que aborden estos nuevos medios en la provincia de La Pampa.

1.3- Objetivos generales

-Relevar e identificar los portales digitales de noticias existentes en el mes de mayo del 2017 en la provincia de La Pampa.

-Clasificar, ordenar y analizar los sitios relevados según sus características y contenidos.

1.4- Objetivos específicos

-Describir y analizar las generalidades de la configuración retórica, temática y enunciativa de los portales de noticias relevados; evaluar similitudes y diferencias.

-Identificar y comparar las áreas de participación de lectores que proponen estos portales.

-Abordar aspectos inherentes a su distribución geográfica en el territorio pampeano.

-Analizar los casos singulares mediante la descripción de los rasgos generales de los contratos de lectura que las versiones digitales de estos diarios proponen a sus lectores.

1.5- Las preguntas de la investigación

Este trabajo es de tipo exploratorio acerca de un tema que todavía no ha generado suficientes investigaciones. Las preguntas que lo guiaron y que a partir de los objetivos propuestos se desprendieron son:

-¿Qué portales digitales de noticias existen en la provincia de La Pampa?

-¿Qué características tienen los portales digitales de noticias de la provincia de La Pampa?

-¿Cómo organizan sus contenidos informativos y de servicios?

-¿Qué lenguajes prevalecen?

-¿En qué lugar queda la producción de contenidos locales?

-¿Qué herramientas de interacción con los lectores ofrecen?

-¿Cuál es la periodicidad de la actualización?

-¿Desde qué localidades o regiones se realiza la producción física de las noticias de los portales relevados? En función de esto, ¿se pueden identificar tendencias al momento de distribuir geográficamente los sitios identificados?

-¿Qué caracteriza los contratos de lectura de los casos singulares de portales de noticias?

CAPÍTULO 2

2.1- Metodología

El trabajo de campo incluyó un relevamiento de los portales digitales de noticias existentes en la provincia de La Pampa en el mes de mayo del 2017. El análisis se restringió exclusivamente a este corpus -excluyéndose los sitios que fueron puestos “en mantenimiento” después de esa fecha o los que solo se limitan a reproducir emisoras radiales-, tuvo características exploratorias y se realizó con la adecuación metodológica de las dimensiones retórica, temática y enunciativa presentes en todo discurso.

Respecto de las técnicas que se emplearon, se reunieron datos mediante la consulta frecuente de los portales de acuerdo a las categorías/dimensiones de análisis determinadas para este fin con el fin de rastrear, relevar y sistematizar la información necesaria. Se utilizó fundamentalmente metodología cualitativa, aunque sobre el final se cuantificaron variables desde una óptica cuantitativa.

La clasificación y ordenamiento de los portales se realizó a partir de las dimensiones:

- Tipo de portal (atento a si es nativo digital, con presencia exclusiva en internet, o secundario, la versión digital de otro medio de comunicación tradicional o empresa periodística).
- Sede física declarada o no de la producción de noticias.
- Origen territorial de la temática jerarquizada (local, provincial, nacional, regional o transregional).
- Periodicidad de actualización.
- Tipo de propuesta periodística.
- Utilización de redes sociales.
- Contenidos informativos (noticias, servicios, opinión, entrevistas, crítica de artes, notas de color).
- Lenguajes utilizados (escrito, audiovisual o multimedia).
- Tipos de áreas de participación ofrecidas a los lectores.
- Enlaces con otros sitios externos.

2.2- Perspectiva teórica

Para la construcción del mapa digital de portales de noticias de La Pampa, el análisis fue enmarcado dentro de la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón (1987 y 2013) y la de los géneros discursivos desarrollada por Oscar Steimberg (1998 y 2013).

Para analizar los sitios de noticias hallados se partió de considerarlos en primer lugar como textos materiales soportes de discursos sociales (relaciones sociales entre textos). La *teoría de los discursos sociales* elaborada por el semiólogo argentino Eliseo Verón (1993) explica el funcionamiento de los discursos en la sociedad, sus modos de generación y de reconocimiento, y su circulación social (diferencia entre ambas instancias) que además de describir la producción de sentido social explica la construcción social de lo real.

El discurso es un punto de encuentro entre el conjunto de las relaciones de producción y de reconocimiento de los fenómenos de sentido. Los discursos (cristalizados en textos) están constituidos por un conjunto de marcas y/o rasgos de tres tipos: retóricos, temáticos y enunciativos.

Así, desde un enfoque semiótico se recurrió al análisis discursivo de los portales de noticias de La Pampa considerándolos como textos compuestos por tres dimensiones (retórica, temática y enunciativa) que construyen un modo de informar.

La superficie retórica está compuesta por los elementos esenciales que definen la estructura del texto y permiten diferenciarlo de otros (Steimberg, 1993; Barthes, 1986). Características como estrategias gráficas, léxico y sintaxis; presencia o ausencia de fotografías y videos, publicidades; uso y diagramación del espacio, logotipo y eslogan son algunas de las estrategias discursivas que a nivel retórico configuran los sitios de noticias. En tanto el estudio de la dimensión temática comprende a los diversos temas presentes en los portales (generales, culturales, deportivos, con perspectiva de género, etc.).

El análisis enunciativo se presentó posteriormente al retórico y temático pues ambas dimensiones inciden en la conformación de la enunciación, a la cual se puede sintetizar como efecto de sentido que construye una situación comunicacional particular textual.

Además, la teoría de los géneros discursivos desarrollada por Oscar Steimberg sistematiza el concepto de género definido como clasificación de discursos con consenso social a partir de la recurrencia de rasgos retóricos, temáticos y enunciativos.

Un segundo concepto de interés para esta investigación es el de campo de desempeño semiótico. Steimberg denomina así a los espacios sociales/culturales de intercambio discursivo que acotan y condicionan la producción de sentido. Son campos de desempeño semiótico, como por ejemplo el informativo, propio de los portales digitales de noticias.

2.3- Etapas de la investigación

Para la contextualización del objeto de estudio de este trabajo de investigación se realizó una síntesis de la historia de los medios pampeanos a partir de la bibliografía existente.

Posteriormente se efectuó el relevamiento propiamente dicho de portales digitales de noticias del territorio pampeano durante el mes de mayo de 2017.

En estas primeras etapas, varios de los sitios relevados pusieron sus páginas en mantenimiento y otras dejaron de encontrarse activas.

Es importante señalar que a medida que se avanzaba en el trabajo de campo, los elementos y categorías de análisis fueron evaluados constantemente y se introdujeron modificaciones habida cuenta de la dinámica naturaleza de estos medios de comunicación.

En los Anexos se incluye la **Tabla 1 - Grilla general de portales relevados en La Pampa - mayo de 2017** con la totalidad de los sitios identificados en un principio, medios con sus páginas activas durante el desarrollo de la investigación y aquellos que las pusieron en mantenimiento por lo que no pudieron ser analizados. Si bien muchos de estos datos no fueron procesados posteriormente, contribuyeron a completar este mapa de portales digitales de noticias de La Pampa.

En otra instancia, los sitios de noticias identificados se analizaron a partir de la aplicación de las categorías descriptas presentes en las páginas de inicio o *home* de cada portal, que son abordadas en el capítulo 3 e integran los anexos de este trabajo (**Tabla 2 - Portales y categorías de análisis**).

Durante este proceso es que además se valoraron generalidades y particularidades de las propuestas informativas que permitieron seleccionar de los 92 sitios digitales hallados en un principio, los 86 portales que integraron el corpus de la investigación primordialmente porque sus secciones de noticias no perdieron frecuencia de actualización.

A partir de la aplicación de las dimensiones elegidas, se reflexionó sobre las distintas propuestas informativas de los portales en virtud de las fuentes utilizadas, el tipo de información seleccionada y su jerarquización interna y las generalidades y singularidades en su configuración retórica, temática y enunciativa.

Finalmente se valoraron y compararon los datos obtenidos de cada portal, se clasificaron y tipificaron y se elaboraron las conclusiones que integran el capítulo final de esta investigación.

CAPÍTULO 3

3.1- Una síntesis de la historia de los medios pampeanos

Antes de abordar el objeto de estudio de este trabajo situaremos los actuales portales de noticias en la historia de los medios de La Pampa. Presentamos una síntesis de la misma.

Resulta útil entenderla de acuerdo a distintos períodos, tal cual se analiza en “La prensa territorialiana”, de Aimetta, Fedra y D’Atri, Andrea, en Lluch, Andrea y Salomón Tarquini, Claudia: *Historia de La Pampa. Sociedad, política, economía, desde los poblamientos iniciales hasta la provincialización* (2008: 593): “desde su emergencia con los primeros emprendimientos locales apenas finalizada las campañas militares de 1878-79 contra las indígenas de la región; seguidamente, entre 1910 y 1920, una prensa vinculada a la fundación de partidos políticos por un lado y a la disputa por la provincialización por otro; la etapa de la censura desde 1920 en adelante con el registro de gran número de atentados, y hacia la década de 1940 se da una consolidación de algunos medios de prensa con el desarrollo del aspecto más comercial”.

Además, es válido retomar en la caracterización de esa *prensa territorialiana*, que fue “el medio de más larga data y permanencia en el territorio”, que “se relaciona desde sus inicios con los movimientos sociales y el acontecer de la política” pampeana, como se menciona en “La prensa territorialiana” (2008: 594).

De los albores de la historia de los medios pampeanos el “Mapa de medios de la provincia de La Pampa. Diagnóstico sobre la actual configuración y distribución de los medios de comunicación”, confeccionado por Andrea D’Atri y Aixa De la Mata, destaca que entre 1892 -cuando se fundó el diario *La Capital* en la localidad de General Acha- y 1951 -año en que La Pampa tuvo rango provincial- “esta región se caracterizó por el florecimiento de la prensa escrita, traducida en pequeños diarios o periódicos surgidos de la iniciativa personal, de grupos independientes, de organizaciones o de partidos políticos, que se distribuyeron por casi todos los pueblos del norte, centro y sur provincial” (2000).

De la época territorialiana también datan las numerosas publicaciones periódicas que en algunos casos respondieron a partidos políticos pero que en otros tuvieron

proclamas “independientes” que se sumaron a través de sus discursos a la lucha por la provincialización.

A esta etapa pre-provincial corresponde además la creación de la primera radio de La Pampa: “Radio Parenti”, instalada en el año 1929 en un local de la calle Sarmiento, en Santa Rosa, por el matrimonio Norberto Parenti y Cora Brown de Parenti.

A grandes rasgos, a principios del siglo XX el mapa mediático de La Pampa era congruente a la “concentración geográfica ligada a la densidad demográfica en el territorio, producto de las áreas más fértiles para la explotación agroganadera” (“La prensa territorialiana”, 2008: 595). Es que la mayoría de los diarios y periódicos de entonces se distribuyeron en los pueblos ubicados en la franja de la estepa pampeana y la zona del caldenal -norte, centro-este y sur-este provinciales-, dejando de lado el Oeste o monte occidental.

La prensa de entonces tuvo un gran protagonismo en el acontecer político porque se le atribuía “la función política de lucha por la autonomía provincial” (2008: 597), además de un papel fundamental en otros aspectos como la vida política, social, económica y cultural de la población.

Del momento histórico de lucha por la obtención de los derechos cívicos, data la fundación de dos de los diarios que hoy continúan editándose en la provincia: *La Reforma*, de General Pico, fundado por Manuel Carmona Ramírez en el año 1923, y *La Arena*, de Santa Rosa, fundado por Raúl Isidoro D’atri en 1933”. (“La prensa territorialiana”, 2008: 595).

Sin embargo, el rol político inicial se fue perdiendo con el avance del siglo XX debido a los cambios que se produjeron a nivel global en la sociedad.

También en “La prensa territorialiana”, “el avance de la industria cultural hacia la década de 1960, junto con la concentración del capital, impuso un tipo de producción que requería de altos costos de inversión, una progresiva tecnificación que permitiera producir más en cantidad y calidad estética y grandes nichos de mercado”. (2008: 603)

Desde entonces la prensa perdió su carácter *artesanal* y “el desarrollo tecnológico fue imponiendo transformaciones en el estilo periodístico al modificar las condiciones de producción”. (2008: 604)

En *Historia de La Pampa II. Política, economía, de la crisis del treinta al inicio de un nuevo siglo* (Andrea Lluch y María Silvia Di Liscia, editoras) se menciona que un rasgo característico del siglo XX fue la popularización de los consumos culturales y la aparición de medios de comunicación de carácter masivo: el cine, la radio y la televisión (2011: 157). Es así que el 3 de julio de 1950 se creó LRA 3 Radio Nacional Santa Rosa; el 30 de noviembre de 1972 se iniciaron las emisiones de LU 89 Canal 3; en 1977 se inauguró LU 33 y dos años después salió al aire LU 37 en General Pico.

En la década de los '80 se produjo la llegada de la tv por cable y la multiplicación de las radios de frecuencia modulada, una tecnología que permitió a pueblos más pequeños contar con medios de comunicación propios.

En este mismo capítulo se reseña que además de los diarios *La Arena* y *La Reforma*, en 1992 se unió a ellos otro medio de prensa de alcance provincial denominado *El Diario* y fundado en Santa Rosa por Antonio Nemesio (2011: 170).

Posteriormente el desarrollo de las tecnologías digitales contribuyó a la aparición de nuevos medios que conviven en la actualidad con los medios de formato tradicional (los portales digitales de noticias, objeto de estudio de esta tesis).

3.2- El trabajo de campo

3.2.1- Recolección de datos

Inicialmente se relevó la existencia de los sitios webs correspondientes a los diarios impresos que se publican en la provincia de La Pampa, al igual que el resto de los semanarios y revistas periódicas, como así también de las principales radios pampeanas.

Posteriormente se continuó con el relevamiento de los principales portales digitales de noticias con existencia exclusiva en Internet; se pudieron identificar nuevos sitios webs gracias a la promoción publicitaria “cruzada” existente entre ellos y la cita como fuente en diferentes coberturas o noticias.

La consulta periódica mediante el uso del buscador Google utilizando términos afines a la temática objeto de estudio (“periódicos digitales de La Pampa”, “diarios

digitales de La Pampa”, “Noticias de La Pampa”, “Portales de noticias de La Pampa”, etc.) permitió identificar al resto de los portales que integran este mapa digital.

Con posterioridad al relevamiento, comenzó un período de familiarización y consulta periódica tendiente a registrar datos de contacto y presencia en las principales redes sociales, conocer su modo de funcionamiento, el tipo de contenidos informativos jerarquizados y las modalidades de participación con que contaban los lectores.

Estos primeros acercamientos revelaron datos básicos de cada portal al tiempo que comenzaron a perfilarse similitudes y diferencias de los sitios webs hallados. En esta instancia varios de los medios digitales relevados pusieron sus páginas en mantenimiento y otras dejaron de encontrarse activas. En los Anexos de esta investigación se incluye la Tabla 1 denominada “Grilla general de Portales Relevados en La Pampa – Mayo 2017” con la totalidad de los sitios hallados que comprende no sólo a los medios que tenían sus páginas activas, sino también aquellos que en el transcurso de esta investigación las pusieron en mantenimiento por lo que no integraron el corpus final objeto de análisis.

3.2.2- Universo de estudio

El universo de estudio lo conformaron los 86 portales de noticias circunscriptos temáticamente a La Pampa o alguna/s de sus localidades que regularmente publicaron información noticiosa a partir del período recortado para el estudio. Y se hace esta salvedad porque si bien inicialmente fueron sondeados 91 en total durante el mes de mayo de 2017, en los meses posteriores muchos de ellos modificaron sus diseños, migraron a páginas de Facebook y dejaron de encontrarse online o pusieron sus sitios en mantenimiento.

Del corpus objeto de estudio, 40 pertenecen o están vinculados a medios tradicionales y otros 46 corresponden a portales de noticias con existencia exclusiva en internet.

3.3- Categorías de análisis

Como se trata de un campo de estudio que no fue explorado en la provincia, se optó por elaborar una catalogación propia codificada de acuerdo a conceptos como: nombre del portal, tipo, carácter territorial de la temática jerarquizada, sede física, periodicidad de actualización, tipo de propuesta periodística, redes sociales, contenidos (géneros discursivos), lenguajes, interactividad y enlace a sitios externos.

3.3.1- Tipo de portal

3.3.1.1- Nativo digital primario: portales de noticias que surgieron y permanecen en Internet sin que exista su versión offline o tradicional, esto es que existen exclusivamente en el entorno digital. De acuerdo al tipo de información que traten se clasificarán en:

- **Específico o temático:** los portales periodísticos se encuadran en esta categoría cuando ofrecen a sus lectores noticias acerca de un campo de interés concreto.
- **General:** comprende a los sitios de noticias digitales de interés general y temáticas distintas. Reflejan de manera más o menos sintética la realidad noticiosa de un lugar o región.

3.3.1.2- Secundario: versión digital de otros medios de comunicación tradicionales como semanarios, diarios o periódicos, radios y canales de TV (también programas o espacios de ambos medios) y agencias o productoras de medios.

En los últimos años este tipo de sitios han evolucionado de manera vertiginosa pasando de ser simples páginas web informativas sobre el medio convencional del que procedían a convertirse en portales periodísticos con una variada oferta de contenidos informativos y servicios.

3.3.2- Sede física

3.3.2.1- Declarada: se declara una localidad o ciudad específica desde donde se realiza la producción física de las noticias.

3.3.2.2- No declarada: a esta categoría corresponden los portales que, por un lado, no precisan ninguna ciudad o localidad específica como sede de la producción

física de las noticias. La localización tampoco puede inferirse analizando el origen territorial de la información jerarquizada. En esta subcategoría pueden ubicarse los portales que se presentan como espacios informativos de La Pampa, sin precisar una ciudad o localidad específica como sede.

3.3.3- *Carácter territorial de la temática jerarquizada*

Se parte de reiterar que una de las características del mundo de internet es la ausencia de restricciones basadas en el lugar geográfico donde se encuentre el potencial lector, de modo tal que cualquier usuario de la red puede acceder a la totalidad de los sitios web existentes.

Por esta razón se optó por registrar en la *home* o página de inicio de los portales qué nivel territorial era jerarquizado (o predominaba en cantidad de material) en la organización de los contenidos informativos, además de la portada o eslogan del sitio.

Además, es importante señalar que con las nuevas tecnologías no existe la necesidad, aunque sea recomendable, de que la redacción se encuentre ubicada físicamente en el ámbito local sino que cada vez más podemos encontrar la redacción de un periódico local en otro sitio, siendo las agencias o los propios periodistas los que se desplazan al lugar de los acontecimientos.

Según el carácter geográfico de sus contenidos cada portal puede ser:

3.3.3.1- Local: predominio de contenidos locales o jerarquización de ellos, aunque se incluya información de otros ámbitos geográficos.

3.3.3.2- Provincial: la información que predomina o es jerarquizada corresponde al ámbito provincial, aunque se incluya información local y/o nacional.

3.3.3.3- Nacional: predomina o es puesta en un lugar privilegiado del portal la información del orden nacional.

3.3.3.4- Regional – transprovincial: la información predominante o jerarquizada está vinculada a una región territorial que excede a límites provinciales.

3.3.4- *Periodicidad de actualización*

Refiere al intervalo temporal de publicación y/o actualización de contenidos y puede ser:

3.3.4.1- Continua: varias veces en el día.

3.3.4.2- Periódica diaria: al menos una vez en el día.

3.3.4.3- Periódica no diaria: semanal, quincenal, con la frecuencia de la versión impresa, etc.

3.3.5- Redes sociales

Con esta categoría se relevará exclusivamente la existencia o no del portal de noticias en las redes sociales:

- Con redes sociales.
- Sin redes sociales.

3.3.6- Contenidos

Se trata de aquellos contenidos vinculados al género periodístico, como:

- Crónicas o noticias
- Entrevistas
- Columnas de opinión
- Cartelera de servicios
- Crítica de artes
- Notas de color

3.3.7- Lenguajes

Si los medios tradicionales contaban únicamente con la posibilidad de informar a sus lectores a través de textos escritos e imágenes fijas, sonidos o información audiovisual, dependiendo del medio, el soporte de internet permite que los editores de los portales de noticias a la hora de elaborar los contenidos editoriales utilicen indistintamente elementos del lenguaje de los medios gráficos, sonoros y audiovisuales aplicados a la red.

Las categorías aplicadas al análisis de este ítem serán:

- **Texto e imágenes:** en el sitio predominan los textos escritos y las imágenes fijas.
- **Texto, imágenes y multimediales:** predominan los lenguajes tradicionales, además de archivos de sonido, gráficos animados, video y animación.
- **Sólo multimediales:** videos y archivos de sonido, además de grabaciones y retransmisiones.

3.3.8- Interactividad con los "lectores"

El proceso comunicativo que imponen los diarios digitales implica en principio un receptor más activo que el de los medios convencionales en tanto puede intervenir en algunos espacios.

A través de diferentes funcionalidades el portal online pone a disposición de sus lectores un enorme abanico de servicios para que estos puedan seleccionar, compartir, valorar, aportar e imprimir contenidos. Es mediante esta serie de posibilidades que en los portales digitales el lector se convierte en lector-usuario: puede relacionarse y/o expresar sus opiniones acerca de temas de actualidad interactuando con el propio medio y con otros lectores.

Los portales relevados en La Pampa se clasificarán en:

3.3.8.1- Con áreas de participación de lectores. Cuentan con alternativas de participación de los usuarios dentro del portal como:

- **Vistas o lecturas de las notas,** como una modalidad que reconoce la existencia del espacio informativo a partir de las veces que fue elegido/leído un contenido por sus lectores.
- **Valoración del contenido de las notas:** los lectores pueden "valorar" el contenido de una noticia votando entre varias opciones.
- **Compartir o comentar a través de las redes sociales o previa acreditación.** Posibilidad que se le ofrece al usuario para que comente las noticias publicadas por el medio de comunicación a través de una red social. Asimismo, pueden leer y contestar los comentarios hechos por otros usuarios respecto a la misma noticia.

También el portal digital permite dejar comentarios en las notas previo registro (a través de formulario) o no del usuario.

- **Sección para que el lector/usuario envíe denuncias y noticias.**
- **Encuestas sobre temas de interés.**
- **Difusión de datos de contacto con el medio.**

3.3.8.2- Sin áreas de participación de lectores. Esta categoría corresponde a portales con existencia meramente testimonial en la web 2.0.

3.3.9- Enlaces a sitios externos

Enlaces con otros sitios webs: es un recurso utilizado en diferente medida según el medio que direcciona el tráfico hacia sitios vinculados al portal ya sea por una relación comercial como por ser sitios de “interés” –al ofrecer servicios- al lector.

- ***A auspiciantes.***
- ***A sitios de interés para el lector.***
- ***No registra al momento del relevamiento.***

3.4- Tabla con codificación final

Se elaboró la **Tabla 2 de Portales y categorías de análisis** que integra el Anexo III de este trabajo, en la página 105. Esta grilla resultó de depurar la Tabla 1 denominada “Grilla general de Portales Relevados en La Pampa – Mayo 2017”, quedando 86 sitios informativos que integran el corpus de estudio.

En los meses posteriores, a partir de la consulta periódica de este corpus de estudio se reunió información que fue volcada a la tabla, sistematizada en base a la catalogación propia antes descripta que incluía: nombre del portal, tipo, carácter territorial de la temática jerarquizada, sede física, periodicidad de actualización, redes sociales, contenidos (géneros discursivos), lenguajes, interactividad y enlaces a sitios externos.

CAPÍTULO 4

4.1- Hacia una clasificación de portales digitales de noticias de La Pampa

Después de la aplicación de estas categorías fue posible esbozar una clasificación y caracterización general de los portales relevados en la provincia atendiendo las generalidades y particularidades identificadas en el transcurso del trabajo.

Inicialmente se indagó si los portales habían surgido y permanecido en internet sin que exista su versión *offline* o tradicional, o bien eran las versiones digitales de otros medios, programas o productoras periodísticas. Además, se puso especial interés en conocer algunas particularidades de distribución geográfica.

Para la caracterización general de los portales relevados se atendieron las fuentes utilizadas en la producción informativa (propias y no propias), que tipo de información era jerarquizada en el diseño del portal (entendiendo que estructurar el funcionamiento de una herramienta aumenta el valor de cierta información publicada), la organización temática de los contenidos y generalidades en la configuración retórica, temática y enunciativa de los portales de noticias relevados, para en virtud de esto evaluar casos singulares (considerados en el capítulo IV).

A nivel general, en el aspecto retórico los portales de noticias digitales relevados se caracterizaron por el léxico y la sintaxis cuidados, además del predominio de la homogeneidad en el lenguaje gráfico y textual.

En el nivel temático existe una selección temática amplia desde las propuestas informativas de portales con información general, de síntesis, acerca de la realidad de una localidad o ciudad, provincia o región, hasta portales culturales, sobre ciencia, deportivos, con perspectiva de género y de noticias agropecuarias.

Teniendo en cuenta la catalogación propuesta fue posible distinguir a:

4.1.1- Nativos digitales

En este grupo de portales fueron ubicados aquellos con presencia exclusiva en internet.

A nivel retórico este subgrupo de portales se caracteriza por la homogeneidad en el léxico y la sintaxis, que son cuidados y evitan las marcas explícitas de

enunciación¹. En el nivel temático existe una selección amplia que abarca desde las propuestas informativas de portales con información general hasta diarios culturales, referidos a ciencia, deportivos y noticias agropecuarias.

Excepto algunas coberturas de eventos impredecibles, el enunciador desarrolla a través de distintas secciones organizadas de acuerdo al ámbito geográfico (locales, regionales, provinciales o nacionales) y las temáticas de interés de los lectores (política, sociedad, policiales, culturales y deportes) una amplia variedad de noticias.

Este subgrupo de portales relevados se caracteriza porque en el diseño del portal se jerarquizan noticias de la agenda/actualidad informativa del acontecer provincial, local, regional o información de último momento.

En cuanto a la construcción enunciativa, el enunciador (pedagógico) prefiere proponerle al enunciatario un lugar de espectador, manteniéndolo a distancia, le aconseja, propone e informa al receptor que no sabe y aprovecha ese saber.

Además, se construye un sujeto enunciatario que accede ordenadamente a la noticia, la cual está contada de una manera transparente, sin las marcas antes mencionadas, de manera concisa y breve, sin profundizar.

Los eslóganes también evidencian un enunciador que promete contenido noticioso de la localidad o región y un enunciatario pasivo, deseoso de información para afrontar el devenir de su jornada diaria.

De acuerdo a las fuentes utilizadas en la producción informativa y la información jerarquizada en el diseño del portal, se pudo subclasificarlos en:

4.1.1.1- Sin producción propia/exclusiva de contenidos

Predomina o es jerarquizado el contenido informativo elaborado en base a fuentes institucionales que generan contenidos a través de comunicados o gabinetes de comunicación, agencias de noticias y sitios webs institucionales. Predominan las notas con escaso despliegue narrativo.

También son retomados contenidos producidos o publicados por otros medios o portales de noticias, en el mejor de los casos citando la fuente.

¹ Al no existir estas marcas explícitas la enunciación se vuelve en estos casos más neutral, impersonal y/o proponiéndose como más objetiva.

La información jerarquizada es de índole provincial, las propuestas periodísticas son generales y de síntesis.

A este subgrupo pertenecen:

- **www.25informa.com** – *Toda la información de 25 de Mayo, La Pampa*
- **www.agendapampeana.com.ar** – *Información cultural de General Pico y La Pampa*
- **www.auntoque.com** – *Diario deportivo digital*
- **www.castex24.com.ar** – *Noticias digitales las 24 horas*
- **www.castexonline.com** – *Diario digital*
- **www.conelalmanoticias.com** – *El sitio de información del oeste de La Pampa*
- **www.deportecapital.com** -
- **www.diarioletrab.com.ar** - *Todas las noticias de Macachín y la región encontralas en un solo lugar*
- **www.diariosurdigital.com.ar** - *Diario digital del sudeste pampeano*
- **www.doblasenred.com.ar** - *El portal digital de Doblas*
- **www.elfiduciario.com.ar** - *Periodismo real*
- **www.encrudo.tv** – *Noticias y TV desde La Pampa*
- **www.guiaenlapampa.com.ar** – *Lo que buscás, encontrás*
- **www.horadeopinion.com.ar** - *Su periódico digital*
- **www.impulsodigital.com.ar** -
- **www.infobaron.com.ar** -
- **www.infobasquet.com.ar** - *El básquet de La Pampa tiene su sitio informativo*
- **www.lapampadiaxdia.com.ar** - *Diario digital de la provincia de La Pampa*
- **www.lapampainforma.com.ar** - *La información de La Pampa*
- **www.la-pampa.wixsite.com/winifreda/** - *Información general de Winifreda y la región pampeana*
- **www.maracodigital.net** - *Noticias online*
- **www.masinfo.com.ar** - *Diario digital de La Pampa*

- **www.noticiasdelsuronline.com** - *Noticias de General Acha y la región*
- **www.notaspampeanas.com** – *Espacio a diario*
- **www.npnoticiaspampeanas.com.ar** – *Diario digital pampeano con actualidad*
- **www.pampadeportiva.com** -
- **www.pampadiario.com** -
- **www.pampanoticias.com** - *El diario de la provincia*
- **www.pampatagonico.com** – *Pampatagónico periódico*
- **www.pampavirtual.com** – *Toda la información cultural de La Pampa*
- **www.portal21.com.ar** - *Diario digital. General Acha. La Pampa*
- **www.que2diario.com** - *Servicio multimedia*
- **www.ruralaldia.com** - *Noticias del agro pampeano*
- **www.telonpampeano.com.ar** -
- **www.zonalnoticias.com** -
- **www.zonalpress.com.ar** - *Información de Victorica y zona, además provinciales y nacionales*

4.1.1.2- Con producción propia de contenidos

Para un acercamiento a este tipo de portales fue fundamental considerar el tipo de información producida o seleccionada para la difusión y como se jerarquiza dentro del portal, esto es el lugar de la producción propia y la no propia.

En ellos son jerarquizados los contenidos informativos producidos exclusivamente para el sitio de noticias, por lo general en coberturas que se salen de la agenda informativa actual, que buscan rescatar historias o personajes de la localidad o la región, o bien brindan distintas perspectivas con respecto a un tema o hecho actual.

Existen entre estos portales relevados interesantes casos donde prevalece la producción exclusiva para el sitio acerca de la realidad noticiosa de una localidad o ciudad.

En este subgrupo podemos ubicar a:

- **www.cronicasdeportivas.com.ar** - *Periódico digital de General Pico*
- **www.diariotextual.com** – *El primer diario digital de La Pampa*

- **www.elloboestepario.com.ar** - *Diario de cultura*
- **www.infohuella.com.ar** – *El diario digital del oeste de La Pampa*
- **www.infopico.com.ar** - *Toda la actividad de General Pico y La Pampa*
- **www.diariofemenino.com.ar** - *Cuestión de género*
- **www.manifiestodefutbol.com** -
- **www.pampanorte.com.ar** – *El diario que quiere a la gente*
- **www.planbnoticias.com.ar** - *Noticias de La Pampa. Argentina*
- **www.tumacondo.com** - *Periodismo de color*

4.1.2- Secundarios

Corresponden a las versiones online de otros medios de comunicación tradicional (en el relevamiento se incluyeron a diarios, programas radiales y televisivos, radios y productoras de medios).

Después de pasar a la web, en los últimos años han evolucionado de manera vertiginosa pasando de ser simples páginas informativas sobre el medio convencional del que procedían a convertirse en portales periodísticos con una variada oferta de productos y servicios.

Al momento de analizar la construcción enunciativa, a nivel retórico este subgrupo de portales se caracterizaba en general porque el léxico y la sintaxis utilizada en la construcción de la información evitan las marcas. En la mayoría de los casos (en el Capítulo IV se considerarán los ejemplos singulares) la construcción enunciativa se basa en el enunciador profesional que se dirige a los enunciatarios de las versiones originales de los medios.

En este grupo se encuentran las propuestas informativas de los tres diarios provinciales, publicaciones semanales y mensuales, pero además de emisoras radiales o programas a través de ese medio, programas de TV y productoras de ese medio.

4.1.2.1- Versiones de medios gráficos

Según el vínculo que establecen con la edición original, en el relevamiento se diferenciaron los portales que únicamente se limitan a replicar el contenido de la versión impresa (inclusive hay casos que cargan en versión PDF la totalidad de las páginas publicadas).

Estos son:

- www.diariolareforma.com.ar - *El diario de La Pampa*
- www.elnorteenmovimiento.com -
- www.motormas.com.ar - *El portal del deporte motor*
- www.masindustrias.com.ar - *Periodismo inteligente*
- www.semanarioelpampeano.blogspot.com.ar - *Periodismo en libertad*
- www.semanarioregion.com.ar - *Empresa periodística*

Existen también los portales que anticipan contenidos de la versión papel mediante la cobertura de noticias que en la mayoría de los casos son publicadas, ampliadas o completadas en la edición del día siguiente. En este subgrupo se distingue:

- www.eldiariodelapampa.com.ar

Por otro lado, se encuentra el portal del diario *La Arena*:

- www.laarena.com.ar - *El diario de mayor circulación de la región pampeana*, que además de reproducir el contenido de la versión impresa publica en la sección “avances”, contenidos breves y exclusivos para el portal acerca de noticias de último momento.

4.1.2.2- La versión online del Boletín de Prensa del Gobierno de La Pampa

El sitio www.apnlapampa.com.ar no fue objeto de análisis en la subclasificación de portales secundarios abordada en este apartado por no ser la versión de un medio de comunicación tradicional sino otra herramienta de comunicación gubernamental.

Si bien el portal se presenta como un “*Diario online*”, está vinculado a la *Agencia Provincial de noticias* dependiente de la Dirección del Prensa del gobierno de La Pampa.



4.1.2.3- Portales de radios y programas de TV

Según el vínculo con los contenidos producidos por la radio o para el canal de tv o programa se puede identificar que un grupo de los portales digitales de noticias relevados pueden ser caracterizados como sitios que ofician de "repetidoras" de los medios o espacios de los que son versiones porque se limitan a plasmar en él los contenidos del medio tradicional mediante la reproducción de contenidos informativos sonoros (como un archivo de audios, con una breve volanta de presentación) o la retransmisión de contenidos audiovisuales.

En este subgrupo se puede contar a:

- **www.defrentealcampo.com.ar** - *Junto al campo pampeano, junto al productor*
- **-radionacional.com.ar/category/ra3-santarosa/**
- **-radiopatagonicaweb.com.ar** - *Desde Realicó, La Pampa en el portal de la Patagonia Argentina*

En un segundo subgrupo se ubican aquellos sitios que no se limitan a publicar solo los contenidos noticiosos producidos para las versiones originales sino que incluyen producción informativa y de servicios distinta, producción propia o no que es exclusiva del portal.

- **www.3posicion.com.ar** - *Portal de noticias de opinión*
- **www.diariolacampana.com.ar** - *Política*
- **www.am900.com.ar** -
- **www.contactoradio.com** -
- **www.diarionoticias.com.ar** -
- **www.diariopampero.com** - *Diario digital La Pampa. Actualidad informativa*
- **www.enbocadetodoshd.com.ar** -
- **www.fmcityvictorica.com** -
- **www.fmfullvictorica.com** -
- **www.fmsonidos.com** - *Diario online de Fm Sonidos*
- **www.impactocastex.com.ar** - *El diario de la ciudad*
- **www.impactoinformativo.com.ar** - *Realicó, la región y La Pampa al instante*

- www.infolavoztrenel.com.ar -
- www.infopampa.com
- www.noticiasdigitaleslp.com.ar – *Portal pampeano*
- www.laredpampeana.com.ar – *Sitio web de radio La Red*
- www.laregionnoticias.com - *La city. La radio fuerte del oeste*
- www.lasonica.com.ar - *Toda la información de Alpachiri y toda la región*
- www.oestecabledigital.com.ar -
- www.porconviccionweb.com.ar -
- www.radiodon.com.ar -
- www.radiolu37.com.ar -
- www.radiokermes.com -
- www.rolonlapampa.com.ar - *Rolón-La Pampa/El bosque producciones*
- www.rtvnoticias.com.ar - *Noticias de General Pico y La Pampa*
- www.sanmartinlapampa.com.ar -
- www.sonar.com.ar - *La alternativa en radio*
- www.visionynoticias.com.ar -

Esta clasificación recién expuesta puede graficarse para observar los pesos cuantitativos relativos de las distintas propuestas:

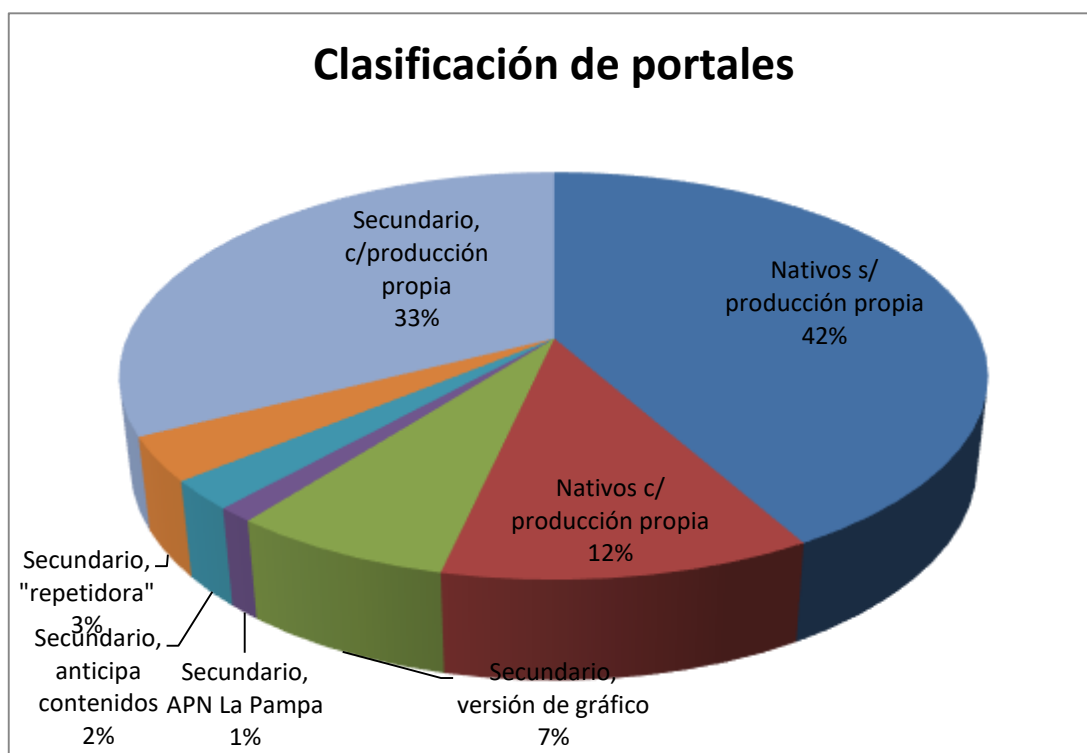
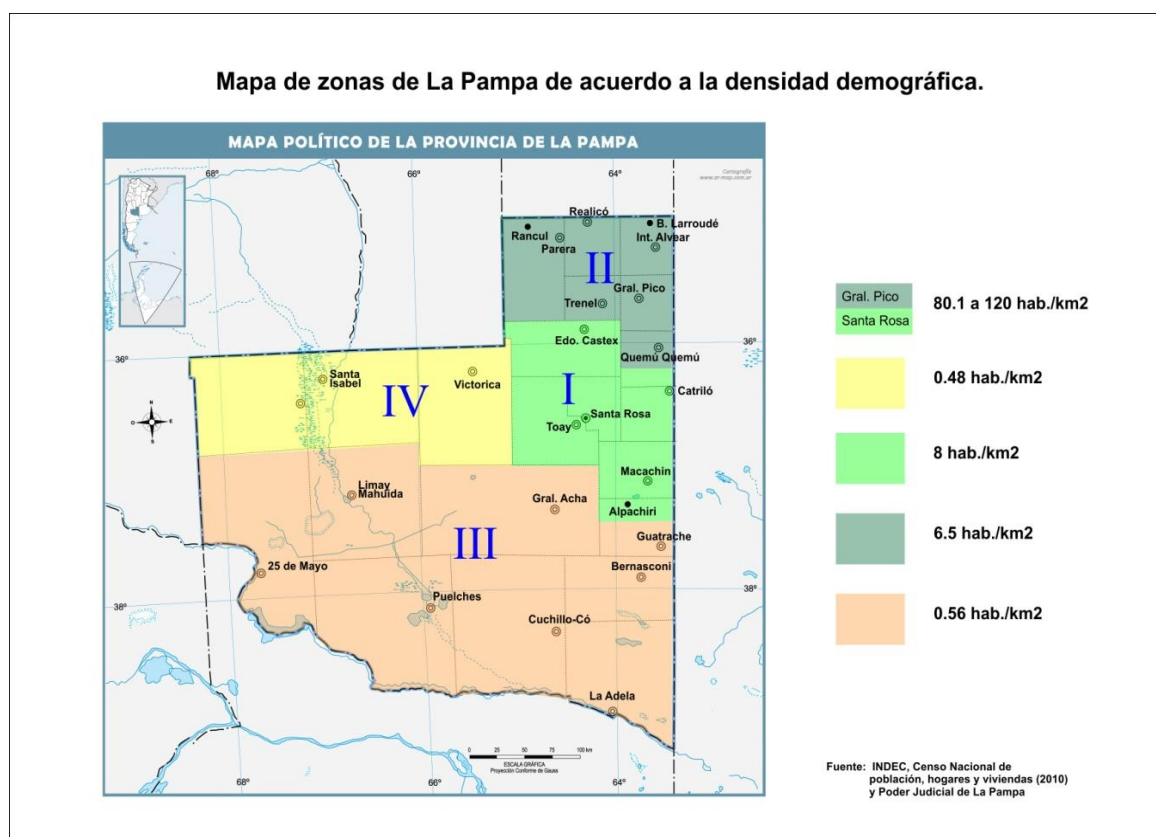


Gráfico 1: Clasificación de portales nativos y secundarios (elaboración propia)

4.2-

Algunas consideraciones geográficas

Atendiendo especialmente los datos demográficos que tienen como fuente el Censo 2010 se analizó la distribución geográfica de los portales con sede física declarada partiendo de considerar a La Pampa dividida en cuatro regiones: centro (zona I), norte (zona II), sur (zona III) y oeste (zona IV).



Mapa de las zonas de La Pampa (Fuente: Circunscripciones del Poder Judicial de La Pampa)

La zona I incluye entre las ciudades con mayor densidad demográfica a Santa Rosa, Toay, Macachín y Eduardo Castex. Su densidad demográfica es de 8 habitantes por km².

La zona II comprende entre las ciudades más pobladas a General Pico, Quemú, Quemú, Trenel, Parera, Rancul, Realicó, Bernardo Larroudé e Intendente Alvear. 6,5 habitantes por km².

La zona III contiene en su jurisdicción a las ciudades de General Acha, 25 de Mayo, Guatraché y La Adela, 0,56 habitantes por km².

Finalmente, la zona IV incluye a las ciudades de Victorica y Santa Isabel. Densidad demográfica de 0,48 habitantes por km².

Considerando la sede física declarada -e implícita en otros casos- de la producción de noticias de los portales es que se elaboró el siguiente gráfico:

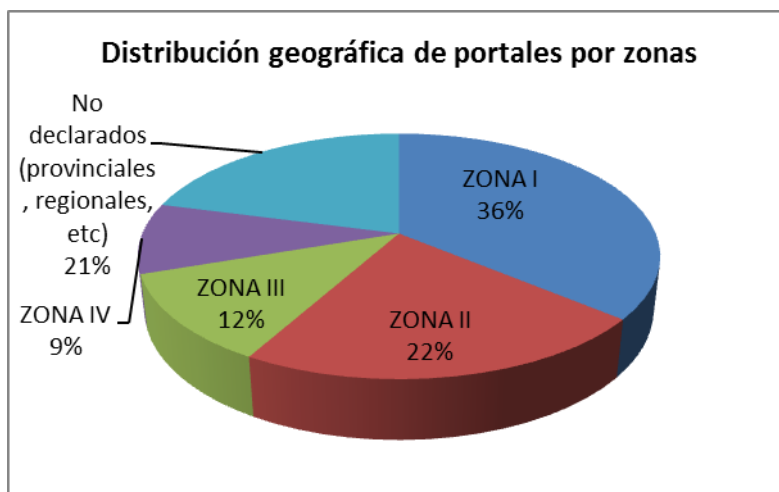


Gráfico 2: Distribución geográfica de portales por zonas (Elaboración propia)

En virtud de esto se puede afirmar que el 58% de los portales es producido desde las zonas I y II, con epicentro en Santa Rosa y General Pico. Este porcentual demuestra que la lógica de producción informativa de los portales digitales en la provincia de La Pampa no escapa a la centralizada de los medios tradicionales, concéntricos a las dos principales ciudades de La Pampa.

El resto de los portales se distribuyen entre 21% que representan las zonas III y IV y otro 21% de los portales con sede específica no declarada que se plantean como portales de la provincia.

A continuación, se listan la cantidad de portales por localidad:

LOCALIDADES	CANTIDAD
ALPACHIRI	1
BERNARDO LARROUDE	1
CALEUFU	1
COLONIA 25 DE MAYO	3
COLONIA BARON	1

DOBLAS	1
EDUARDO CASTEX	5
GENERAL ACHA	2
GENERAL PICO	12
GENERAL SAN MARTIN	1
GUATRACHE	2
INTENDENTE ALVEAR	1
LA ADELA	1
LONQUIMAY	1
MACACHIN	1
PARERA	1
REALICO	2
ROLON	1
SANTA ROSA	19
TRENEL	1
TOAY	1
VICTORICA	8
WINIFREDA	1
NO DECLARADOS (provinciales, sin localidad específica declarada)	18

4.3- Casos particulares y singulares

Al momento de aplicarse el nivel de análisis enunciativo fue cuando se evidenciaron las particularidades y singularidades más notables entre los portales relevados.

Para identificarlas y compararlas fueron objeto de estudio las *home* de inicio de los 86 portales de noticias porque constituyen un espacio fundamental para describir la estrategia enunciativa del sitio web de manera condensada al evidenciar algunos de los recursos que pone en juego el enunciador para atraer la atención del enunciatario.

Además, se abarcaron en este análisis las portadas y eslóganes más representativos, en tanto espacios privilegiados donde los periódicos digitales presentan la identidad pública que les permite ser reconocidos por sus lectores y la estrategia enunciativa diferencial que el enunciador construye en ella.

4.3.1- Ejemplo de un caso característico de nativo digital sin producción propia: 25informa.com



Portada del sitio de noticias 25informa.com, mayo de 2017.

El portal elegido sintetiza las principales características de este subgrupo de sitios relevados. En su diseño se jerarquiza información referida primordialmente a temas de actualidad de la localidad pampeana de 25 de Mayo –el isologo menciona a la localidad- y el acontecer provincial.

Debajo de la portada, se visibiliza un reproductor de la radio vinculada al portal – FM Alas-, las secciones de la información y un *slider* con información de “último momento”.



Los contenidos son organizados temáticamente por ámbito geográfico (locales, provinciales, nacionales, además de temas de interés del lector), con predominio de una propuesta periodística de síntesis de la actualidad noticiosa de la localidad y la provincia.

En esta construcción la relación entre enunciador y enunciatario es asimétrica: existe un enunciador objetivo que le propone al segundo un lugar de espectador, manteniéndolo a distancia.

El enunciador (identificado como “webmaster”) se construye como un profesional, propio del género informativo, que no emite juicios de valor en sus publicaciones, que solo informa y advierte al enunciatario, vecino de la ciudad de 25 de Mayo que ignora esa información, un destinatario receptivo, que luego aprovechará ese saber.

Además, se construye un sujeto enunciatario que accede ordenadamente a la noticia, la cual está contada de una manera transparente, sin “marcas”, aunque de manera concisa y breve, sin profundizar. Accede a toda la información actual, en una propuesta de síntesis periodística acerca de la localidad de residencia, la región y la provincia.

La figura del enunciatario construida por el portal es de personas adultas, interesadas en temas de la actualidad de 25 de Mayo y La Pampa, principalmente de índole policial y política.

En este caso el portal elegido, como otros tantos de este subgrupo, está vinculado a una emisora radial -FM Alas- y un programa televisivo que nutren al o los editores del portal informativo.

4.3.2- Un ejemplo de nativo, con producción propia: el portal feminista diariofemenino.com.ar



Portada de diariofemenino.com.ar, mayo de 2017.

Diario Femenino es el único medio digital dedicado exclusivamente a la recopilación y producción de información sobre cuestiones de género, fundado por Elena Cáceres el 4 de mayo del año 2012.

El portal se configura como un nuevo espacio de interconectividad; un portal feminista, autofinanciado, sin fines de lucro, que interpela al género mismo para informarlo pero que lo compromete a sostener el espacio ya sea con notas o bien con aportes económicos voluntarios (sección “¡Colaborá!”).



Botón “¡Colaborá!”, que vuelve partícipes del sostenimiento del medio a los lectores del portal.

Enunciador y enunciatario se perfilan sintonizados ideológicamente, manteniendo por esto un vínculo cómplice. Ambos comparten un espacio de información, sensibilización, formación y promoción de los derechos de mujeres y otros colectivos. Muestra de ello es el isologotipo elegido para identificar al diario digital, síntesis del símbolo femenino con un puño cerrado en el centro, que hace referencia a la lucha por el reconocimiento de los derechos del género contra la opresión del patriarcado, del característico color que identifica estas reivindicaciones.

A su vez, el nombre elegido para el portal, *Diario Femenino* en vez de *Diario Feminista* promete una lectura que no se circunscribe a un determinado público, sino que invita a otras personas a realizar una “mirada feminista” de un amplio abanico de temas.

Si bien la producción informativa está basada mayoritariamente en gacetillas o información oficial, que sea un portal que compila y selecciona exclusivamente noticias e información sobre cuestiones de género dotan a este espacio noticioso de singularidad.

Es uno de los portales que podría caracterizarse por su *aterritorialidad*, por proyectarse como un medio que rompe las fronteras geográficas porque es producido desde el epicentro informativo de la provincia y presenta un recorrido por fuera de ella.

Los contenidos informativos propios de la agenda feminista del momento (legalización del aborto, acoso callejero, discriminación, violencia de género, presas políticas, reivindicación y visibilización de disidencias sexuales, etc.) son abordados con perspectiva de género. En la misma arena virtual donde compite con otros espacios informativos, el enunciador de este portal se planta para construir otro discurso posible, otra línea de acción y agenda temática, otra mirada sobre el mundo.

Más allá de tratarse de un espacio informativo, funciona como nicho del activismo feminista y otras diversidades sexuales que utiliza como medio las TICS y la WEB 2.0., un espacio virtual que aporta a la construcción, redefinición y reivindicación de la configuración identitaria del colectivo feminista.

4.3.3- El enunciador coloquial en Pampa Norte



Portada del sitio www.pampanorte.com.ar, mayo de 2017.

El portal fue puesto en línea el 5 de julio de 2012, por el periodista Raúl Horacio Mana.

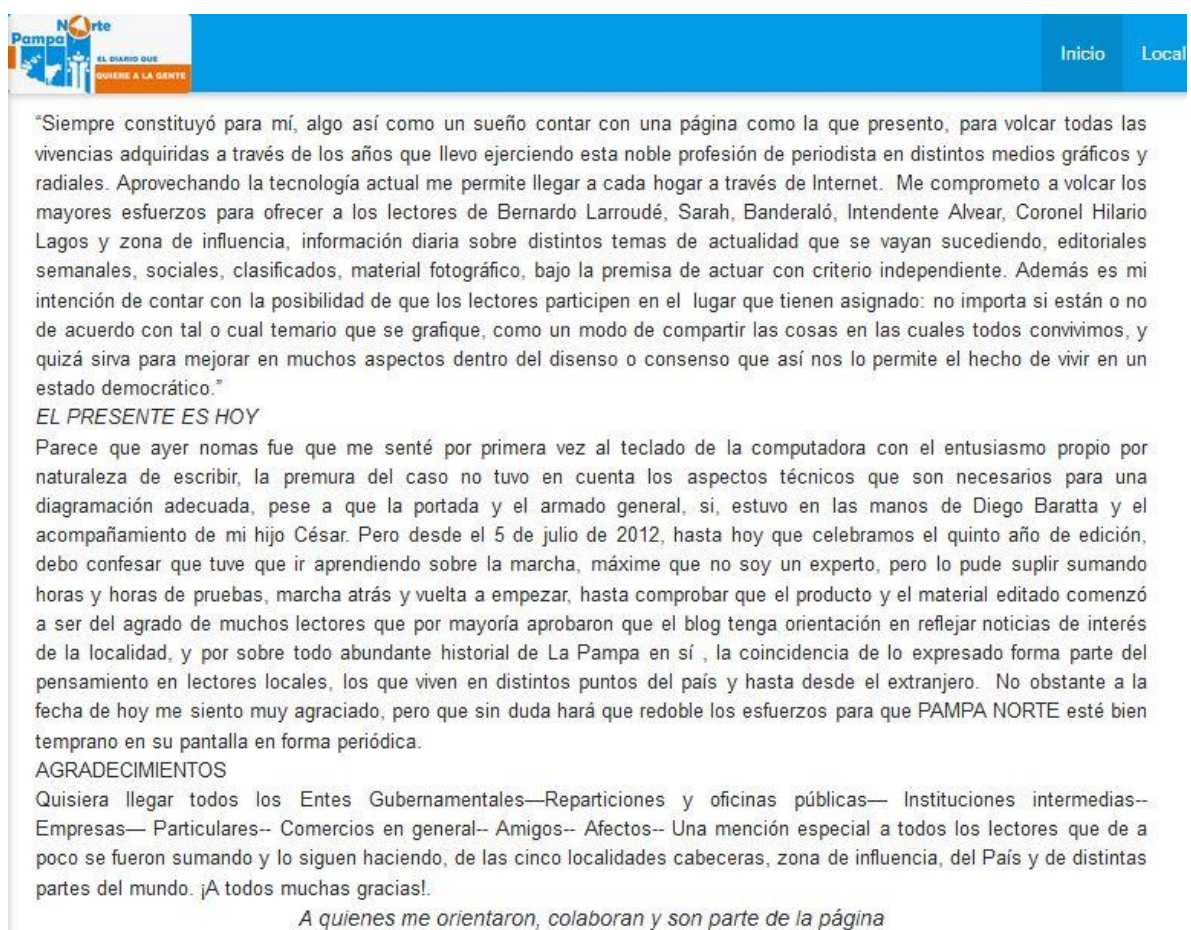
Se presenta con una fuerte impronta local y regional porque brinda a sus lectores una propuesta informativa amplia sobre la actualidad de la sede declarada del diario, la localidad de Bernardo Larroudé, y la región, que en el portal es identificada en las fotos integradas a la portada de los arcos de entrada a las localidades de Sarah, Banderoló, Intendente Alvear, Coronel Hilario Lagos, Adolfo Van Praet y zona de influencia.

Además del contenido actual, el portal plasma noticias y secciones que apuntan a una revalorización de la historia, de lo cotidiano, la memoria, los personajes y la idiosincrasia de la zona de influencia.

El enunciador se presenta como “Raúl Horacio Mana” (identificado al final de algunas notas con las siglas RHM), un comunicador de visión romanticista del oficio (“[...] siempre constituyó para mi algo así como un sueño contar con una

página como la que presento, para volcar todas las vivencias adquiridas a través de los años que llevo ejerciendo esta noble profesión de periodista en distintos medios gráficos y radiales”); comprometido con el oficio (“me comprometo a volcar los mayores esfuerzos para ofrecer a los lectores [...], ...bajo la premisa de actuar con criterio independiente [...]”) y que apela a la utilización de adjetivos afectivos que imprimen cierto contenido emocional en algunas editoriales y noticias.

A continuación, se anexa una captura de pantalla del editorial aniversario, publicado en julio de 2017:



Visualmente el portal *Pampa Norte* exhibe un aparente “desorden” en sus secciones. Esto no se debe a la ausencia de jerarquías en la información, sino a la desprolijidad de la diagramación que construye la idea de un diseño a cargo de una persona ‘amateur’, no profesional, que ayuda a la constitución de un vínculo más horizontal entre enunciador y enunciatario. Esto también queda justificado en el

editorial aniversario de julio del 2017: “parece que ayer nomas fue que me senté por primera vez al teclado de la computadora con el entusiasmo propio por naturaleza de escribir, la premura del caso no tuvo en cuenta los aspectos técnicos que son necesarios para una diagramación adecuada”.

En otro tramo de la misma editorial añade: “debo confesar que tuve que ir aprendiendo sobre la marcha, máxime que no soy un experto, pero lo pude suplir sumando horas y horas de pruebas, marcha atrás y vuelta a empezar, hasta comprobar que el producto y el material editado comenzó a ser del agrado de muchos lectores que por mayoría aprobaron que el portal tenga orientación en reflejar noticias de interés de la localidad, y por sobre todo abundante historial de La Pampa en sí”.



Ejemplos de avisos publicitarios que abundan en el portal *Pampa Norte* y que le dan el característico aspecto “artesanal” a su diseño.

El sitio informativo es sumamente rico en ejemplos de un enunciador coloquial porque a pesar de advertir, proponer, explicar y utilizar verbos imperativos para aconsejar y persuadir al lector, es decir, actuar de educador para con el destinatario, propone un acercamiento con él mediante la utilización de recursos como el lenguaje coloquial, fotomontajes y humor. A continuación, se añaden ejemplos al respecto:



Aviso publicitario de finalidad persuasiva en el lector del portal *Pampa Norte*, mayo de 2017.

Sociales

LOS MEJORES CHISTES DEL DÍA.



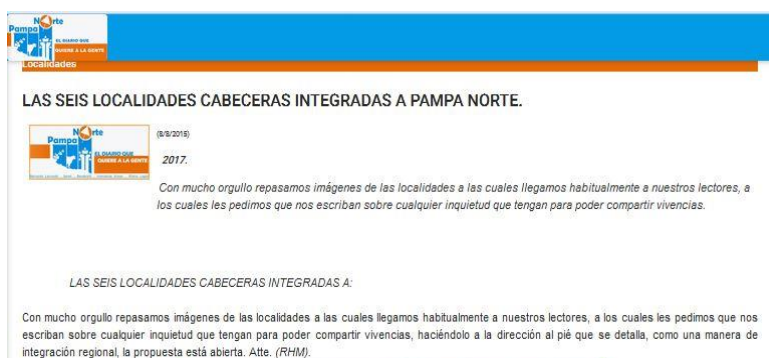
(28/10/2016)

VIERNES 09 DE FEBRERO DE 2018.

HOY, CHISTES GRÁFICOS VARIOS.

Columna diaria de humor, febrero de 2018.

A nivel enunciativo, el enunciador se presenta con una identidad regional muy marcada y como alguien que lejos de ser un “experto” está cambiando la forma de distribuir información referida a las localidades de la zona. En este se incluye un recorte regional al enumerarse las localidades sobre las que se publican noticias.



Mención de las localidades que componen la región sobre la que informa *Pampa Norte*.

El eslogan “*El diario que quiere a la gente*” comprueba el protagonismo que se otorga a los enunciatarios de las noticias. El enunciador lo interpela construyendo lazos de complicidad con él, seduciéndolo no solo a través de la cierta selección de contenidos informativos, sino también a través del humor, el ingenio de los titulares, la utilización del mismo lenguaje para estrechar el vínculo y garantizarle un espacio de participación/opinión.



Eslogan del portal *Pampa Norte*, "El diario que quiere a la gente".

Este portal privilegia un pacto de complicidad al proponer una relación más simétrica (entre iguales): marca la cercanía con el enunciatario hablándole en segunda persona, incluyéndolo en un "nosotros" (yo y usted), hace referencia a saberes compartidos con el destinatario (lo que comúnmente funcionan como “guiños”) o bien retoma lo que da por sentado que éste diría (“se hace eco” de su voz).

La organización de los contenidos es caótica. Los titulares *anclan* las fotografías dispersas desordenadamente en la totalidad de la página, proponiendo una suerte de lectura *zapping* aleatoria sin dejar lugar a ningún espacio en blanco.

El léxico, sin embargo, es cuidado y contiene “huellas” que hacen referencia a la idiosincrasia de la zona o sus localidades, porque se enfatizan los temas referidos a lo comunitario, local, pueblerino o regional.

Se trata en síntesis de un enunciador regional, orgulloso de lo local. A continuación, se incluyen dos notas publicadas en el sitio (julio de 2017), que rescatan a través de coloridas reseñas a personajes de la localidad.

TE ACORDAS "PELADO" QUE TIEMPOS AQUELLOS.



(15/8/2017)

MARTES 15 DE AGOSTO DE 2017.

En el día de ayer cumplió años este personaje que convive en nuestra comunidad, integrante de una tradicional familia del medio, fue un destacado futbolista, su amor por los colores de River no conoce límites.

TE ACORDÁS "PELADO" QUE TIEMPOS AQUELLOS.



Tiempos de la campera de cuero

En el día de ayer cumplió años este personaje que convive en nuestra comunidad, integrante de una tradicional familia del medio, fue un destacado futbolista, su amor por los colores de River no conoce límites, recorridor de caminos junto a sus camiones durante décadas, para todos tiene una palabra, buen tipo, ¡Feliz cumpleaños Oscar Pedrale!

Sección de "Cumpleaños" de *Pampa Norte* que rescata la trayectoria personal de distintos personajes y vecinos de la localidad o la zona.

JULIA MALBINA GAMBETTA NACIDA EN BERNARDO LARROUDE, FUE CULTORA DE ESTE DEPORTE Y BATIÓ RÉCORD MUNDIAL EN EL AÑO 1950.

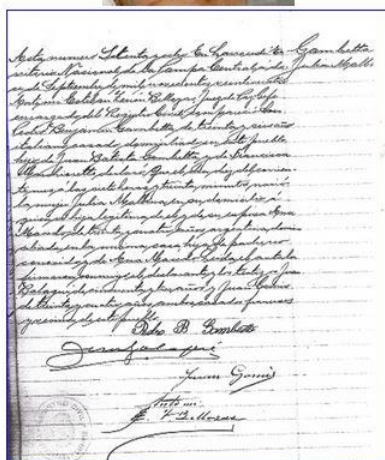


(29/6/2017)

JUEVES 29 DE JUNIO DE 2017.

La pampeana Julia Malbina Gambetta, nacida el 10 de septiembre de 1924 en Bernardo Larroude, logró un récord mundial de paracaidismo, en la ciudad bonaerense de Junín, al realizar cuarenta saltos consecutivos en un mismo día. Tras una dura infancia en su provincia natal, y cargada de tesón, fue primero a la Capital Federal cuando tenía 16 años, trabajó en casas de familia y luego empezó a formarse como enfermera en el hospital de Alienadas. [\(Ver copia del acta de nacimiento extendida por el Registro Civil de Bdo. Larroude\).-](#)

JULIA MALBINA GAMBETTA NACIDA EN BERNARDO LARROUDE, FUE CULTORA DE ESTE DEPORTE Y BATIÓ RÉCORD MUNDIAL EN EL AÑO 1950.



Acta de nacimiento (Copia del Registro Civil de Bdo. Larroude).-

La pampeana Julia Malbina Gambetta, nacida el 10 de septiembre de 1924 en Bernardo Larroude, logró un récord mundial de paracaidismo, en la ciudad bonaerense de Junín, al realizar cuarenta saltos consecutivos en un mismo día. Tras una dura infancia en su provincia natal, y cargada de tesón, fue primero a la Capital Federal cuando tenía 16 años, trabajó en casas de familia y luego empezó a formarse como enfermera en el hospital de Alienadas. La enfermería la relacionó con el paracaidismo y con su instructor, Miguel Peña, con quien tomó la decisión de batir el récord mundial femenino de paracaidismo, en salto consecutivo. Ello lo logró ese 29 de junio de 1950 cuando llegó a los cuarenta saltos, equipada con los clásicos paracaídas de seda de esa época, similares a los utilizados en la Segunda Guerra Mundial. Al décimo salto una de sus rodillas se inflamó, pero "no fue motivo suficiente para frenar la iniciativa", remarcó el periódico. Finalmente logró el objetivo y fue reconocida por diversos medios gráficos de la época. murió la paracaidista que había logrado un récord mundial

Nota a paracaidista, nacida en la localidad de B. Larroude, junio 2017.

25 AÑOS UNA CONJUNCIÓN DE ACIERTOS HIZO BRILLANTE AL ANIVERSARIO DEL CENTRO DE JUBILADOS. (Escuchá el discurso de la dirigente Sra. Irma Caserio y lectura de correspondencia + video con bailarines en la pista).

(22/8/2017)
MARTES 22 DE AGOSTO DE 2017.

Una excelente organización tal como nos tiene acostumbrado esta Institución, que este año cumple 34 años de vida al servicio de la comunidad, ello fue el preámbulo de la fiesta que convocó a más de 300 personas el día 13 de agosto en horas del mediodía donde se pudo apreciar la presencia de autoridades locales, delegaciones de Intendente Alvear, Alta Italia, Buenos Aires, General Pico, Banderita, Quemé Quemé, General Villegas, Charone, Buchardo, Vértiz, Thene, Intendente Alvear, Italo, Parera y varias más con el acompañamiento de numeroso público de la localidad.

Copia de BAILE ANIVERSARIO

0:00 / 4:49

Nota publicada en *Pampa Norte* acerca del aniversario de emisora de la localidad.

UNA CONJUNCIÓN DE ACIERTOS HIZO BRILLANTE AL ANIVERSARIO DEL CENTRO DE JUBILADOS. (Escuchá el discurso de la dirigente Sra. Irma Caserio y lectura de correspondencia + video con bailarines en la pista).



LEER MÁS

Cobertura de eventos locales, *Pampa Norte*.

4.3.4- El enunciador con perspectiva regional: el caso de *Infohuella.com.ar*

A nivel enunciativo es un portal de noticias que se plantea como "regional", como su eslogan asegura: "El primer diario digital del Oeste de La Pampa".

Portada de www.infohuella.com.ar, mayo de 2017.

En su parada pedagógica el enunciador que construye *Infohuella* informa sobre el acontecer local, provincial y regional, pero también nacional a los pobladores del oeste pampeano.

Este enunciador se perfila con un responsable de lo que se publica al mencionarse en el pie de la *home* el nombre y apellido del director. Además, garantiza interactividad porque se promociona difundiendo los distintos canales de interacción con el diario digital (“Contáanos lo que pasa en tu barrio, tu pueblo [...]”) y promete hacer protagonista de esta realidad noticiosa a los lugareños: “lo que nos pasa en el oeste, con las voces de nuestra gente”.



El portal garantiza la interactividad con sus lectores, al difundir distintas vías de contacto con el medio.

En la jerarquización interna de temas se privilegian los contenidos regionales y provinciales. Lo local representado en el portal constituye un elemento identificador para sus enunciatarios.

Rectora del ISFD de Victorica fue becada en Universidad de EEUU

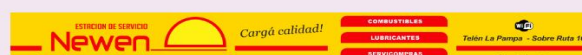
Zonales 24 de octubre

Por Info Huella

Laura Tello, rectora del Instituto Superior de Formación Docente de Victorica fue becada para realizar un curso en la Universidad de California en Los Angeles (UCLA) de Estados Unidos.



Hay 20 docentes pampeanos entre los cuatrocientos de escuelas públicas de todo el país que viajaron a universidades estadounidenses como becarios, para realizar cursos de formación docente. Esto se da en el marco del convenio que el Ministerio de Educación de la Nación suscribió con la Comisión Fulbright para el Intercambio Educacional entre los Estados Unidos de América y la Argentina.



En diálogo con **InfoHuella**, Laura Tello, rectora del ISFD de Victorica expresó que "es una experiencia única y que el objetivo es buscar experiencias innovadoras en el aspecto pedagógico, de liderazgo educativo, en la relación con los alumnos y la gestión institucional. El curso tiene una carga horaria de unas 100 horas teórico prácticas".

Los docentes estarán tres semanas en Estados Unidos, donde compartirán la experiencia en grupo con pares de todas las provincias del país, así como también con colegas estadounidenses. Laura Tello estará en la Universidad de California en Los Angeles (UCLA), desde el 16 de octubre al 3 de noviembre. En este segundo viaje, son 8 los docentes pampeanos que se encuentran en EEUU.



BECAS

Las becas a Estados Unidos se incrementaron casi en un 400% con respecto a las que había en 2015. La intención del Gobierno es mantener una selección federal, para que puedan asistir docentes de todo el país.

La aplicación a la beca consta de tres instancias. La convocatoria se hace online para todo el país y cualquier docente puede aplicar. En segunda instancia, los ministerios de cada provincia hacen una selección, según la necesidad que tienen en cada nivel educativo. La última etapa se realiza en el ministerio de Educación nacional, en conjunto con las autoridades norteamericanas.

Esta iniciativa está inscripta dentro del Programa de Becas para Intercambios Educativos con Estados Unidos, suscripto el año pasado, que respalda a más de mil becarios anuales en el desarrollo de intercambios científicos, académicos y pedagógicos. La misma reúne cinco líneas de acción: estudiantes de grado, estudiantes de posgrado, investigadores, docentes y asistentes de idioma.



Info Huella

Redacción - Email: ddinfohuella@gmail.com



Nota que refiere a una victoriquense que obtuvo una beca de Estados Unidos, octubre de 2017.

Además, en un lugar privilegiado del sitio se ubica la sección de opinión de colaboradores regulares. El espacio editorial se le presenta al enunciario en la

home de inicio del sitio brindándole una reinterpretación de un tema de la actualidad periodística.

Es importante destacar que el enunciador no deja de relacionarse con otros discursos informativos, principalmente los de los grandes medios de circulación provincial y nacional, y por otro, participa en la construcción informativa destinada a las comunidades con las cuales "interactúa".

Si bien *Infohuella* no siempre jerarquiza en su home de inicio temas actuales del orden nacional, cuando los publica lo hace reinterpretando la información, no meramente "reproduciéndola" de los medios de referencia. De esta manera le da al lector una visión propia de lo acontecido.

En su dispositivo de enunciación o contrato de lectura, presenta una modalidad didáctica o pedagógica como estrategia de vinculación con el lector. Sin embargo, hay otro tipo de modalidad que se observa en paralelo o combinándose con este discurso pedagógico. Es un acercamiento basado en la complicidad con el lector, que se plasma en los artículos que rescatan las memorias, protagonistas e historias de vida de la región.

4.3.5- El pionero: Diario Textual

Es el primer portal de noticias considerado nativo y digital de la provincia de La Pampa, puesto en línea desde el año 2007. Así lo evidencia el eslogan que lo identifica en las búsquedas a través de Google, como marca de legitimidad: El primer diario digital de La Pampa".



Portada de diariotextual.com, mayo de 2017.

Plantea un enunciador que se construye mediando entre la objetividad y la pedagogía, posicionándose como poseedor de la verdad. Su contrato de lectura se basa en una relación asimétrica y en un distanciamiento con el destinatario: *Diario Textual* va a informar algo que el lector -pampeanos en general- no sabe en

absoluto, lo va a instruir en lo que está pasando en la ciudad de Santa Rosa y la provincia de La Pampa y le va a explicar esa verdad.

Aquí el enunciador se para ante el enunciatario con la certeza de quien dice una verdad avalada por las pruebas y el destinatario es el receptor pasivo de ese conocimiento. La estrategia que predomina es preferentemente didáctica y distanciada, no hay vínculo cómplice con el lector.

Existe un distanciamiento objetivo que se observa en el modo de presentación de la noticia donde se apunta a una transparencia informativa y en el uso de los recursos gráficos: la prolijidad y pureza del diseño del portal y la utilización de la imagen fotográfica que se exhibe como testimonio de la información.

En el portal la sección de opinión es jerarquizada porque al flanquear la portada el espacio editorial se le presenta al enunciatario en un lugar importante del sitio, brindándole una reinterpretación del tema de agenda del día.

Más allá de que *Diario Textual* publique una columna de opinión, la imagen global del portal no es la de conductor de opinión sino la de agente de la información, donde el enunciador toma los dichos de diferentes enunciadores y presenta la información desde una posición de objetividad periodística.

En *Diario Textual* el enunciatario se va a encontrar con un discurso tendiente a la objetividad, con "la realidad misma" y la transparencia de la información.

Los contenidos informativos que se desarrollan en él están dirigidos al pampeano más que al santarroseño y éste es configurado a partir de un léxico predominantemente *neutral*, desprovisto de figuras y marcas de la enunciación, con abundancia de titulares y enunciados asertivos. El lenguaje es cuidado y serio, sin contaminaciones sociolectales.

4.3.6- EN BOCA DE TODOS HD: La versión digital que superó a la original

En ese apartado se abordará el caso de un portal digital de noticias secundario que se presenta hablándole a un público más amplio que los televidentes.



Portada de enbocadetodoshd.com.ar, mayo de 2017.

Se trata de un portal secundario de noticias, versión de un programa de TV producido en la ciudad de General Pico y que se caracteriza por un estilo sensacionalista de construcción de la información.

A pesar de ser la versión digital de un programa televisivo tiene la fuerza de las propuestas comunicativas nuevas, porque muy al contrario de tender a la duplicación de la versión original genera contenido exclusivo para el portal de noticias.

El sitio se muestra "moderno", se jerarquiza la imagen y el titular principal y se omiten las bajadas o se escribe información más breve en ellas.

A nivel temático se caracteriza por la selección amarillista de la información, de último momento, que privilegia el accidente y el escándalo. Esto está estrechamente relacionado con el eslogan que da nombre al sitio web: *"en boca de todos"*.



URGENTE: Nenito se accidentó gravemente en un juego del paseo de la Av. Brunengo-Mira el video



18:00 | El lamentable episodio ocurrió en un espacio recreativo ubicado en calle





Ejemplos del estilo sensacionalista de construcción de la información en el portal *En boca de todos* HD.

A nivel retórico se puede afirmar que existe una mayor utilización de adjetivos en noticias de hechos locales y, sobretudo, de adjetivos afectivos que imprimen un contenido emocional dentro de las noticias.

En su dispositivo de enunciación o contrato de lectura está presente una modalidad didáctica o pedagógica como estrategia de vinculación con el lector.

Sin embargo, hay otro tipo de modalidad que se observa en paralelo o combinándose con este discurso pedagógico: es un acercamiento basado en la complicidad con el enunciatario que se supone “piquense”, por lo tanto interesado en el acontecer “minuto a minuto” de la ciudad nortea. El sitio de noticias le ofrece además un espacio para aportar sus noticias de la ciudad, como lo grafican las siguientes capturas:

RECLAMO: "Parece una zona bombardeada"-Mira las fotos

GENERAL PICO: Vecino reclama por el pésimo estado de las calles, en la esquina de...

miércoles, 20 de agosto de 2017



11 y 34, donde los baches están a la orden del día y se vuelven un factor peligroso para el que circula.

"Parece una zona bombardeada", agregó irónicamente el vecino, para definir el mal estado del asfalto, esperando una rápida respuesta de las autoridades.

GALERÍA DE FOTOS



El enunciador en este portal tiene un rol pedagógico porque se presenta aconsejando al lector, previniéndolo, mostrándole aquello que tiene que saber, valorar o repudiar, pero también como mensajero de la información que puedan acercar sus lectores.

Hay que destacar que existen en el portal recursos de interacción selectiva, como la posibilidad de que el enunciatario pueda calificar una crónica informativa al pie de la misma.

Esperan resultados de estudios para operar a Gustavo "Coco" Hernandez
El conocido vecino de la Ciudad, lucha por su vida...

miércoles, 23 de agosto de 2017



luego de sufrir un ACV, hoy su madre comunicó a En Boca de Todos HD que su hijo se encuentra estable, no hubo ninguna evolución y están a la espera de los resultados de unos estudios que se le realizarán, para ver que posibilidades hay de que sea intervenido quirúrgicamente.

32

VALORAR ESTA NOTICIA

Satisfacción	Esperanza	Bronca	Tristeza	Incertidumbre	Indiferencia
0%	90%	0%	10%	0%	0%

Al pie de la crónica, se visualiza una herramienta de valoración de la información por parte de los lectores.

Como espacio de interactividad se destaca la posibilidad de comentar y compartir a través de las redes sociales y la opción de “comentarios libres”, sin aparente moderación más que una simple acreditación con email. Sin embargo, del análisis periódico del sitio de noticias se evidenció que no todas las noticias tienen habilitada la opción de comentarios, como la mayoría de las noticias políticas.



NOCHE PAMPEANA: Clausuran locales por venta alcohol a menores

27/08/2017 | Días atrás el Ministro Tierno advirtió a los comercios sobre la venta de alcohol.



LA MADRE DE TODAS LAS BATALLAS

CARLOS VERNA SE PUSO LA CAMPAÑA AL HOMBRO Y REUNIÓ A LA LINEA PLURAL: "Trabajan o perdemos"

26/08/2017 | General Pico : Enojado por los resultados en la provincia y sobre todo en su ciudad, el Gobernador de La Pampa Carlos Verna se reunió con la Línea Plural en la quinta de Empleados de Comercio.



VERNA JUNTO A LA TROPA

DANIEL LOVERA : "Ha faltado trabajo , ha faltado militancia, por algo paso lo que paso, la gente no se equivoca"-Mira el video

26/08/2017 | GENERAL PICO : IMPORTANTE REUNIÓN DE LA LINEA PLURAL PRESIDIDA POR CARLOS VERNA



CONCEJO DELIBERANTE: Se aprobó proyecto en desacuerdo a la importación de carne porcina al país

25/08/2017 | El proyecto fue presentado por el Concejal por Pueblo Nuevo, Mariano Sanchez.



TIERNO: "Los pampeanos con trabajo y dedicación hemos podido aumentar la protección en nuestros niños en los consumos problemáticos de bebidas alcohólicas"

24/08/2017 | El logro es socio-institucional y con dedicación, esfuerzo, compromiso con responsabilidad social de Municipios y comerciantes.



COMENTARIOS LIBRES

Los comentarios publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores y las consecuencias derivadas de ellos pueden ser pasibles de sanciones legales.

Enviar comentario



Cecilia | 30/08/2017 | 19:18

Responder (0) Reportar Pos. (0) Neg. (0)

#3

Los que son un peligro son los juegos que están llegando a pueblo nuevo, también x la Brunengo, mis nenas se subieron acompañadas x un mayor, y así mismo fué un peligro bajarlas, incluso las pibas mas grandes no tenían como agarrarse bien, una se resbaló y cayó...algunos juegos deberían ser mas seguros.



Ejemplos de comentarios restringidos y libres dentro del mismo portal.

4.3.7- Portales de medios gráficos

En el subgrupo de los portales secundarios de noticias que son versiones online de medios gráficos como diarios, revistas y semanarios no existen entre los relevados sitios que se planten como reales alternativas a esos medios originales. A grandes rasgos se muestran como una continuación de esos contenidos y en el mejor de los casos ofrecen "avances" o adelantan parte de las coberturas que se podrán leer completas en la versión papel del día o edición siguiente.

También con propósito identificatorio para los enunciatarios-lectores de los diarios, los tres no omiten brindar detalles de la tapa, con datos inherentes a la publicación, número de edición, tirada o suplementos.

Serán objeto de un breve análisis los sitios webs de los tres diarios provinciales: www.laarena.com.ar; www.diariolareforma.com.ar y www.eldiariodelapampa.com.ar.

4.3.7.1- Diario La Arena



(Portada de www.laarena.com.ar, mayo de 2017)

La versión digital de *"El diario de mayor circulación de la región pampeana"* organiza sus secciones de la misma forma que la versión tradicional, incluyendo el contenido de los suplementos y la tapa del día, con datos del número de edición y otros detalles de la publicación.

Tapa del día Domingo 18 de febrero de 2018

Santa Rosa – La Pampa – Año LXXXV –
Nº 24.114 – Edición de 68 páginas con
suplementos Caldenia, Clasificados y
Domingo de Revista.



El enunciador se presenta como un “profesional” que informa a los pampeanos utilizando para ello un lenguaje neutral, sin guiños de complicidad y marcando una relación asimétrica.

La única sección que se actualiza en forma continua es la de “avances”, integrada por noticias de escaso despliegue informativo producidas en base a notas de la emisora Radio Noticias o correspondiente a información de último momento que será retomada por la edición papel al día siguiente.

A diferencia de los otros portales de diarios, este incluye un archivo de audios de la radio.

4.3.7.2- Diario La Reforma



Portada de la versión online del diario *La Reforma*. Mayo de 2017.

El portal del diario *La Reforma* de la ciudad de General Pico reproduce las secciones del diario impreso y añade otras con temáticas de interés para el lector.

Se actualiza por lo menos una vez al día con el contenido del ejemplar de la jornada y no contiene secciones exclusivas del sitio.

En la organización temática de los contenidos se jerarquiza como espacio fijo y autónomo en la versión digital del matutino el encabezado de la portada, que incluye una leyenda que da cuenta de la antigüedad del diario: "*Desde 1923 al servicio de la información*".

Al aclararse la fecha de fundación del periódico se acentúa el calificativo fundador del medio, dato que connota la importancia que el enunciador le da a la longevidad del diario y a su permanencia; esto es una muestra de la responsabilidad enunciativa que construye para el contenido del soporte.

El portal del diario *La Reforma* construye un enunciador que se borra por momentos detrás de la tercera persona, proponiéndose en ocasiones como objetivo-informacional, y otras veces como una suerte de enunciador "*piquense*". Esto último se nota en el constante uso del "nosotros" mayestático que por momentos pasa a ser inclusivo cuando el enunciatario es interpelado por medio de un colectivo de identificación más amplio que el de *vecino de General Pico*. El "nosotros inclusivo" es una voz que habla *desde General Pico*.

También con el propósito identificatorio para los lectores del diario, el portal incluye una versión en PDF de la tapa.

4.3.7.3- El Diario de La Pampa



Portada de *eldiariodelapampa.com.ar*, mayo de 2017.

El portal es secundario del *Diario de La Pampa*, un matutino que publica contenidos informativos que luego son "ampliados" en la edición papel al día siguiente. De las tres versiones de diarios, es la que más trabaja en la actualización de contenidos.

En la versión digital del medio se repite la enunciación pedagógica donde el enunciador –ciudadano pampeano– posee la información y la brinda al enunciatario –coprovinciano– de modo tal que forme su propia opinión.

El diario se caracteriza porque plantea parte del contenido de su discurso como una opinión propia, que puede gustar o no al enunciatario, haciéndose cargo del enunciado.

El sitio incluye dos secciones generales correspondientes a la versión impresa y a la versión digital, además de deportes y suplementos (subsección donde se carga la totalidad de los suplementos del diario), esto sin descuidar al tradicional lector de la versión impresa que ya identifica sus secciones.

El discurso del diario se basa en ciertos guiños irónicos hacia el enunciatario, lo que supone compartir un saber con el enunciador del orden de las representaciones y valores de una cultura donde ambos están insertos.

CAPÍTULO 5

5.1- Análisis de datos. Una perspectiva cuantitativa

Hasta el momento en el cual surgieron los nuevos medios en La Pampa, quienes administraban las herramientas de comunicación tradicional ostentaban una posición dominante al presentarse como los únicos dispositivos formadores de opinión y de fijación de agenda pública.

Sin embargo, a partir de las nuevas tecnologías otras voces surgieron más allá de los medios de referencia tradicionales y se expresaron, entre otros espacios, en los portales de noticias. Es que los medios digitales proporcionan a los usuarios la posibilidad de ampliar el abanico de información incrementando la posibilidad de selección temática.

En el caso particular de La Pampa, la marcada concentración de la administración tradicional de las noticias derivó en una fuerte expansión entre otros medios alternativos, donde el periodismo digital se presenta como el mayor exponente.

Estos portales digitales de noticias, surgidos hace una década como espacios para el desarrollo profesional de sus impulsores, han visto en este formato la posibilidad de llevar adelante sus labores periodísticas.

Cabe destacar que, a diferencia de la génesis habitual de este tipo de espacios informativos (la mayoría de ellos surgieron como la versión digital de un periódico gráfico tradicional), la realidad local demuestra que salvo excepciones tardías y parciales los medios nativos digitales de la provincia surgieron autónoma e inorgánicamente de las empresas periodísticas previamente establecidas.

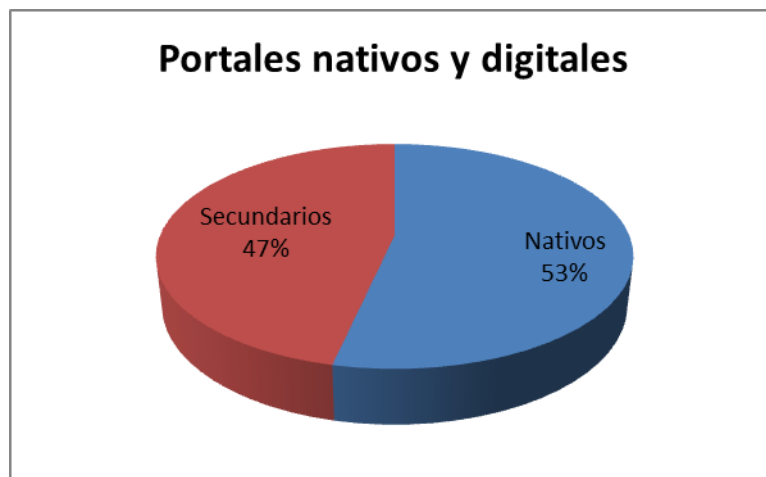


Gráfico 3: porcentaje de portales nativos y digitales, mayo de 2017. Elaboración propia.

5.2- Los contenidos propios de cada localidad, un rol secundario

Luego de analizar los 86 portales cuya producción física de contenidos se realiza en el territorio pampeano se puede afirmar que la característica periodística dominante es aquella vinculada al tratamiento de la información local, que en general (como muestra el gráfico 4) no es el contenido predominante a nivel provincial, ni en las zonas de mayor densidad demográfica, aunque en los portales de zonas con localidades de poca densidad demográfica esta diferencia se estrecha a favor de la información local y regional.

No obstante estas particularidades, a nivel general se infiere que los contenidos netamente locales cumplen un rol secundario y de complemento.

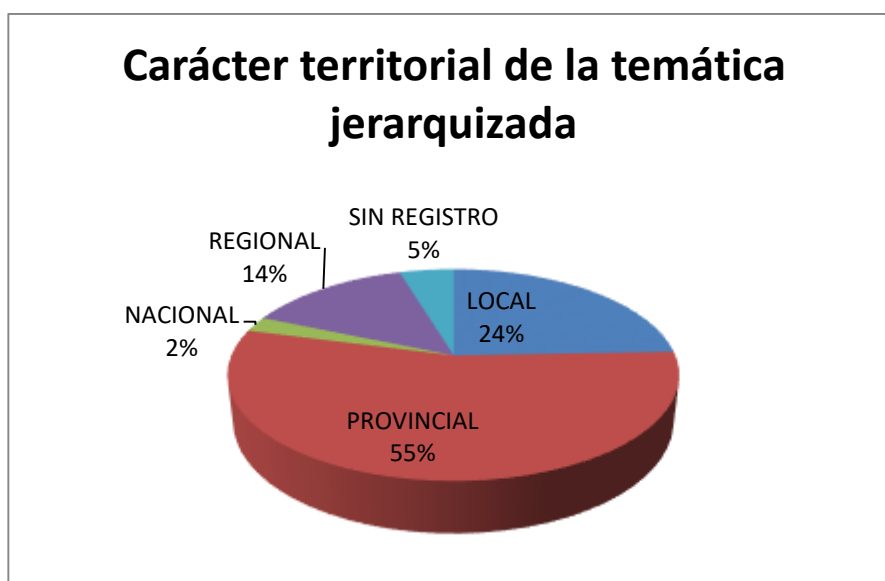


Gráfico 4: Carácter territorial de la temática jerarquizada. Elaboración propia.

5.3- Consideraciones geográficas

Desde el aspecto de la distribución geográfica, como vimos, la producción física de las noticias de los portales digitales sigue realizándose en forma concéntrica a partir de las principales ciudades o localidades de las cuatro áreas de La Pampa.

La mayoría de los medios de comunicación escrita, audiovisual y radial, con distribución y alcance provincial -y que por lo tanto podrían actuar como articuladores de la rica diversidad de regiones de La Pampa- están localizados en las principales ciudades cabecera de los departamentos Capital (Santa Rosa) y Maracó (General Pico), que paralelamente concentran el 58 % de la cantidad de portales (Gráfico 2, página 34). Son los portales digitales relevados en ambas ciudades los que compiten con una amplia variedad de webs de noticias digitales regionales en sus propias áreas de producción física de contenidos.

Al momento de analizar las tendencias en las Zonas III y IV se puede afirmar que no hay una transversalidad dura a nivel geográfico, porque si bien la mayoría de los portales tienen sede física en las zonas I y II en coincidencia con las ciudades de mayor densidad demográfica de la provincia, en las zonas III y IV se refleja una tendencia al localismo y regionalismo en las agendas de los sitios de noticias.

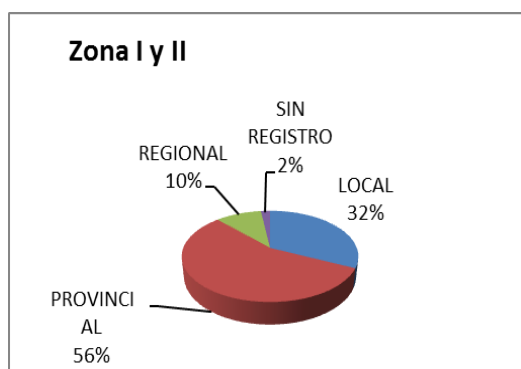


Gráfico 5: Carácter territorial de la temática jerarquizada en las zonas I y II. Elaboración propia.

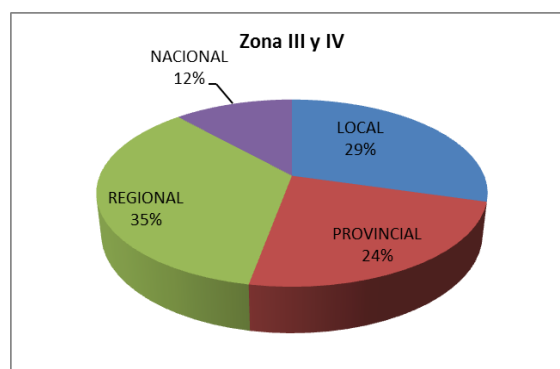


Gráfico 6: Carácter territorial de la temática jerarquizada en las zonas III y IV. Elaboración propia.

Se puede analizar acerca de la producción informativa de los portales ubicados en las zonas I que se realiza en forma concéntrica al principal centro urbano de la provincia, la ciudad capital de Santa Rosa. Por esto los temas que predominan

mayoritariamente están vinculados al devenir político, social y judicial de la provincia y en segundo plano, del orden local.

Esta tendencia se repite en la zona II, donde si bien priman los contenidos de índole provincial, comienza a perfilarse la tendencia a incluir la perspectiva regional en la agenda informativa.

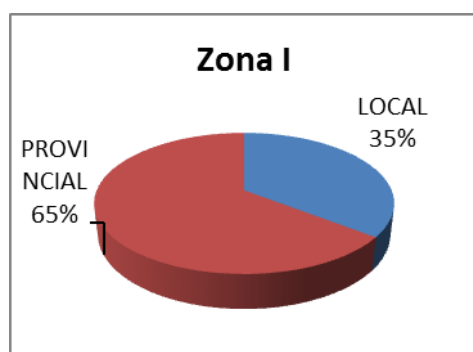


Gráfico 7: Carácter territorial de la temática jerarquizada en la Zona I. Elaboración propia.

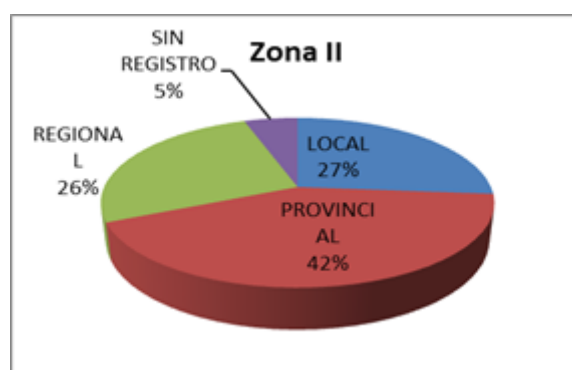


Gráfico 8: Carácter territorial de la temática jerarquizada en la Zona II. Elaboración propia.

Esta tendencia al localismo y regionalismo se manifiesta en las tres zonas periféricas a la región de mayor densidad demográfica, pero se marca aún más en las dos zonas con menor cantidad de habitantes, probando que la supremacía informativa de la Zona I no marca una transversalidad dura a nivel geográfico.

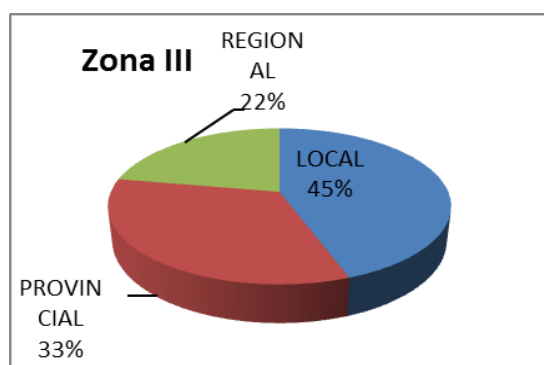


Gráfico 9: Carácter territorial de la temática jerarquizada en la Zona III. Elaboración propia.

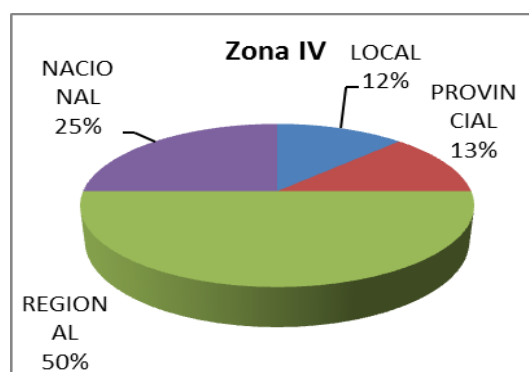


Gráfico 10: Carácter territorial de la temática jerarquizada en la Zona IV. Elaboración propia.

5.4- Un formato heredado

La estructuración de la información en los portales analizados es similar en la mayoría de los casos, observándose una réplica del formato heredado de las ediciones impresas en cuanto a la organización geográfica-temática de las secciones (internacionales, nacionales, provinciales, regionales y locales; ó política, economía, tecnología, sociales, culturales).

5.5- La interactividad en los portales

La opción de dejar comentarios en las notas es la herramienta de interactividad más usada, propiciada por la interacción con el público que se genera entre estos y los emisores a través de las redes sociales. Solo un 9% de los portales no contiene esta posibilidad y su existencia es meramente testimonial de un espacio informativo.



Gráfico 11: Área de participación de lectores en los portales. Elaboración propia.

De ese 91% de los portales la herramienta de interacción más usada con los lectores es la de "compartir y comentar a través de las redes sociales", seguida de la posibilidad de "comentar previa acreditación" vía formulario o email y la difusión de los diferentes medios de contacto.

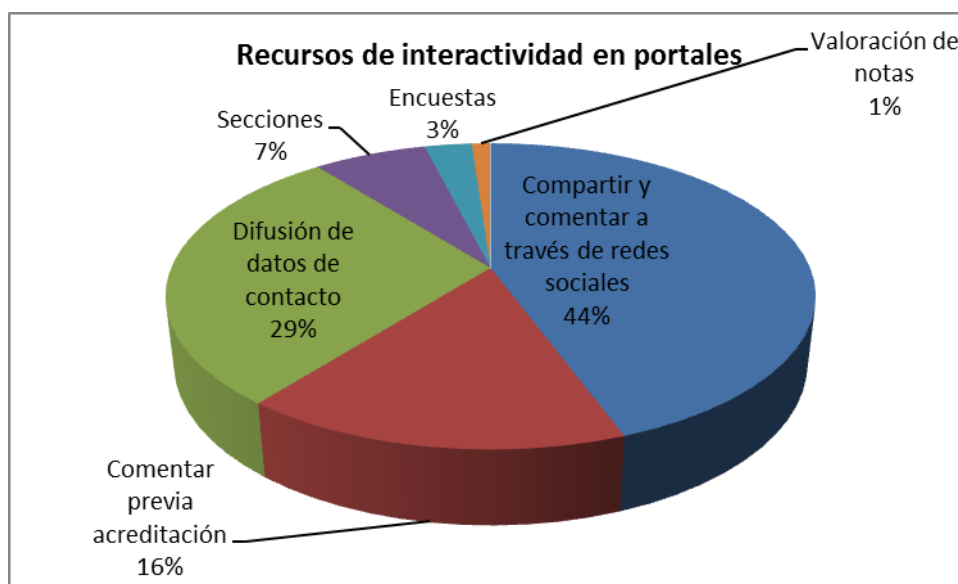


Gráfico 12: Recursos de interactividad en los portales. Elaboración propia.

Lamentablemente no predominan (o existen pero están desactualizadas) en los portales las secciones que recogen noticias, denuncias o reclamos aportados por los lectores.

5.6- Los lenguajes

El texto y las imágenes siguen constituyendo el lenguaje principal de los portales de noticias pampeanos. No son explotadas las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales sobre las que se apoyan.

5.7- Generalidades retóricas, temáticas y enunciativas

A partir de las herramientas de interactividad que los portales ofrecen a los lectores, se observa una tendencia hacia la simetrización en el vínculo establecido entre el enunciador y el enunciatario.

De todos modos, esta tendencia no implica un desdibujamiento total de la complementariedad: el enunciador sigue siendo el poseedor de un saber (la información de actualidad de La Pampa y/o de su localidad) que cede al enunciatario (pampeanos, vecinos de una localidad o región).

Sucede que ciertas marcas señaladas, tales como la posibilidad de compartir y comentar a través de redes sociales, modelizan un enunciatario más activo, con mayores atribuciones. El enunciador en tanto sigue teniendo parada de "servidor". Además, es importante señalar que la información se ofrece en la mayoría de los casos claramente ordenada y jerarquizada, una condición que el enunciador brinda al enunciatario para que éste asuma un papel más activo, esto entendiendo que la jerarquización de la información no es más que una sugerencia de recorrido por parte del enunciador hacia el enunciatario, que no implica nunca una imposición.

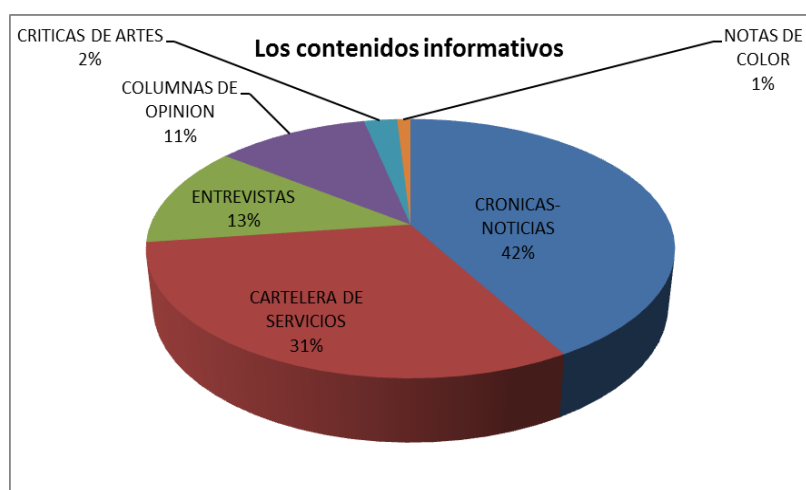


Gráfico 13: Los contenidos informativos en los portales digitales de noticias. Elaboración propia.

5.8- Conclusiones finales

Del análisis de los sitios de noticias relevados se puede concluir acerca de la distribución geográfica de los portales digitales con sede física declarada que es concéntrica a las principales ciudades o localidades de las cuatro áreas de La Pampa, y primordialmente de los departamentos Capital (Santa Rosa) y Maracó (General Pico), que concentran el 58 % de los medios identificados.

Esta concentración mediática digital es, además, expresión de una asimetría en los flujos comunicativos dentro de la provincia. Si se parte de entender que existe un espacio provincial –La Pampa- y subespacios locales y/o regionales –las cuatro zonas con sus principales localidades-, se puede concluir que el primero se construye fundamentalmente desde la zona I (con Santa Rosa como ciudad cabecera). En tanto, los subespacios hacen lo propio desde las principales localidades de cada región, a donde parecen restringirse los flujos comunicativos.

A estos subespacios llegan los flujos comunicativos descendientes (determinados por el acontecer informativo de las principales ciudades de las zonas I y II), en tanto que los flujos comunicativos ascendentes (de las zonas III y IV) hacen el sentido inverso, aunque con menor fuerza: esto ocurre cuando las noticias de estas regiones o localidades son replicadas/reproducidas en los portales de las principales zonas urbanas de la provincia.

Por otro lado, del análisis de los sitios informativos que conforman este mapa digital de La Pampa se puede inferir que el concepto de “pampeanidad” no parece trasvasar las fronteras territoriales y físicas de la provincia. Solo el diario digital *En Femenino* se proyecta como deslocalizado y aterritorial, quizás por la temática a la que se encuentra vinculado: las cuestiones de género.

A partir de las tres dimensiones analíticas propuestas por Steimberg se puede estimar también que, desde el estudio semiótico, en la mayoría de los portales de noticias relevados prevalece un fuerte vínculo simbólico y textual con el territorio de origen: “lo pampeano” a través de referencias al carácter territorial de las temáticas informativas jerarquizadas, la provincia, escudos de localidades, logos y eslóganes. La información de los sitios de noticias se vinculan al aquí y ahora de la provincia y/o una localidad o región.

Se puede determinar asimismo que la característica periodística dominante es aquella vinculada al tratamiento de la información local, que en general no es el contenido jerarquizado en el interior de los portales. Soslayados por la actualidad informativa provincial, también el porcentaje de temas regionales en los portales relevados es menor con respecto a los contenidos que dan cuenta del acontecer provincial. Y esto puede deberse a que los sitios de grandes centros urbanos siguen prestando poca atención a los procesos regionales, acentuando los criterios centralistas que priman en los circuitos de comunicación tradicional y desconociendo el valor de las ricas identidades locales en la imagen global de la provincia.

Considerando que se sustentan en una herramienta tecnológica que comprende a todo el territorio provincial y global, debieran al menos responder a sus públicos objetivos, comunicando el ser, el hacer y el sentir de los habitantes de las localidades.

A luz del análisis anterior –y salvando algunos casos singulares- se puede afirmar que el ejercicio del periodismo regional se encuentra aún en una etapa inicial de su desarrollo. Por lo mismo está cumpliendo todavía de manera incompleta las funciones propias de la profesión, pues no siempre es capaz de aportar a las noticias de sus regiones la importancia suficiente para ser consideradas dentro de la agenda noticiosa de la provincia.

Esto ocurre en primer lugar debido a que los medios locales aún no acceden a todas las fuentes pertinentes para entregar una información completa. Los testimonios y las voces oficiales, especialmente de gobierno, priman en las noticias, en desmedro de las de los referentes locales que pueda tener una temática. La consecuencia es que los sitios actúan como voceros de las fuentes políticas y destinan buena parte de sus espacios a replicar noticias de ámbitos oficiales. Las informaciones regionales suelen por esto tener poco peso informativo justamente por la misma razón, las fuentes utilizadas para contarlas son oficiales y no se destina espacio a rescatar historias particulares o referidas a la idiosincrasia del lugar o la región.

No obstante esto, es importante destacar el peso relativo distinto de lo local en las zonas III y IV, donde se evidencia una tendencia al localismo y regionalismo en las agendas de los sitios de noticias.

Frente a un fenómeno de globalización, desterritorialización y de pérdida creciente de identidades es recomendable favorecer la existencia de espacios informativos de impronta local y regional en tanto medios para difundir otras realidades. Ya no es importante el área geográfica de difusión de un diario o portal de noticias locales, sino la producción de contenidos con identidad y que los enunciatarios/lectores incidan de forma más activa en la definición de los contenidos locales.

Los comunicadores estamos interpelados a reflexionar sobre el periodismo digital en contextos regionales, en el valor que “lo local” adquiere en un momento en que desde cualquier conexión a la red se accede a contenidos generados en distintas partes del mundo.

Bibliografía

- Aimetta, Fedra y D'Atri, Andrea: "La prensa territorialiana" en Lluch, Andrea y Salomón Tarquini, Claudia (editoras): *Historia de La Pampa. Sociedad, política, economía, desde los poblamientos iniciales hasta la provincialización (ca. 8000 AP a 1952)*, Santa Rosa, Universidad Nacional de La Pampa, 2008.
- Barthes, Roland: *Lo obvio y lo obtuso*, Buenos Aires, Paidós, 1986.
- D'Atri, Andrea y de la Mata, Aixa: "Mapa de medios de la provincia de La Pampa. Diagnóstico sobre la actual configuración y distribución de los medios de comunicación", trabajo inédito coordinado por Guillermo Mastrini, en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de La Pampa, noviembre, 2000.
- Etchenique, Jorge (dirección y compilación): *Historias de la prensa escrita en La Pampa*, Santa Rosa, Subsecretaría de Cultura de la provincia de La Pampa, 2007.
- Laguarda, Paula, et al.: "La esfera cultural pampeana: actores, dinámicas e instituciones" en Lluch, Andrea y Di Liscia, María Silvia (editoras): *Historia de La Pampa II. Política, economía, de la crisis del treinta al inicio de un nuevo siglo*, Santa Rosa, Universidad Nacional de La Pampa, 2011.
- Poder Judicial de La Pampa: Sitio web institucional: http://www.juslapampa.gob.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=55, consultado en junio de 2017.
- Steimberg, Oscar: *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel, 1993.
- Verón, Eliseo: "El análisis del 'Contrato de Lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media", *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, application*, 1985.
- Verón, Eliseo: *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa, 1993.