

# Periódico electrónico: proceso de producción y estrategias discursivas

(3.462 palabras - 8 páginas)

**Lic. Mirta Clara Echevarría** ©

Profesora de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

[miclave@arnet.com.ar](mailto:miclave@arnet.com.ar)

Sobre la base de ejemplos de diarios argentinos, se describen -como modalidades hipertextuales-: formato digital en red; sistema de sólo lectura; composición/ diseño -estructura axial, en red; rótulos e iconos-; nodos/vínculos como propuestas de interactividad y sus posibles efectos en el proceso de lectura.

Se dedica un apartado especial al formato y contenido de las secciones porque se manifiestan: como hipertexto "de creación" y como hipertexto "de adaptación"(según la clasificación en modalidades). El menú de secciones está estructurado en lexias discretas, mientras que el contenido es -generalmente- una adaptación de lo publicado en soporte papel.

En todos los casos, discursividad y visibilidad se ensamblan estrechamente. Estos textos en pantalla proponen una nueva lectura, planteada desde una nueva visibilidad que no depende de las decisiones de un autor sino de las condiciones sociales de las cuales es consecuencia y manifestación.

## Introducción

Provengo de Argentina un país que, como tantos de América Latina, sufre un proceso de creciente pauperización que obliga a gran parte de sus ciudadanos a preocuparse por sus necesidades básicas; incluyo la educación como una de nuestras necesidades básicas, una educación en la que el "ser alfabetizado" tiene alcances diversos.

Algunos investigadores afirman que el uso de las nuevas tecnologías ha provocado, entre otras consecuencias, la aparición de dos clases sociales en esta sociedad de la información: la que posee información y la que no la tiene. Ya no sería analfabeto el que no domina la lecto-escritura y el lenguaje verbal ("analfabetismo tradicional"), sino que se habla de un "analfabetismo secundario", característico de "sociedades atravesadas, conformadas, por la cultura impresa, las tecnologías de la palabra, la cultura electrónica y la explosión audiovisual" (Viñao: 1992; 208, citado por Prendes Espinosa). Se acrecientan las distancias entre quienes pueden tener acceso a las nuevas tecnologías de la información y quienes no. Al mismo tiempo, asistimos a la discusión acerca de la importancia de acceder a esta "alfabetización telemática".

Vivimos, como expresa Piscitelli, un incómodo presente en el que ha renacido el viejo antagonismo entre apocalípticos e integrados con la oposición entre tecnófobos y tecnófilos. (Piscitelli: 1992; 37). Desde ese incómodo presente realizaré mis aportes. La relación entre medios de comunicación y telemática es un hecho; parto de algunas de estas condiciones de hecho. En esta comunicación pretendo compartir con ustedes algunas reflexiones surgidas del análisis del periódico electrónico como hipertexto. El trabajo es parcial, forma parte de una investigación más amplia dedicada a analizar autor y lector en el diario digital, los procesos de producción y recepción y la construcción del sentido.

## Condiciones de producción

A mediados de este siglo, los medios impresos habían progresado hasta el punto de que diarios y revistas podían proveer a gran número de lectores vastas cantidades de información, material gráfico y color de alta calidad. La introducción de tecnologías

de computación, a fines de los sesenta, trajo nuevas mejoras de calidad y eficiencia pero no tuvieron influencia directa en "la forma física". Forma y contenido se limitaban, como siempre, a las páginas bidimensionales definidas por su ancho y altura.

Recién con la introducción de los ordenadores personales en la década del ochenta los documentos comenzaron a incluir una tercera dimensión -la profundidad- con el uso del hipertexto. En el hipertexto, los elementos de una "página" pueden vincularse directamente con otras "páginas"; la lectura -si así lo decide el lector- deja de ser secuencial. Una versión más avanzada del sistema relaciona tanto texto como imágenes o sonidos y se le denomina "hipermedia". Sin embargo, adopté el término hipertexto para todos los casos.

Internet, con su servicio World Wide Web, expande a nivel mundial el uso del hipertexto. Esta red es la que ha alcanzado mayores dimensiones "cibespaciales"; permite el correo electrónico y la circulación de textos compaginados con imagen, palabra y sonido. A través de la textualidad electrónica y las redes de alta velocidad y banda ancha incrementa la velocidad de transferencia de información y reconfigura la comunicación interpersonal/ interinstitucional.

Argentina se unió a Internet en junio de 1995. Hasta ese momento, contaba con treinta y nueve millones de usuarios en ciento cincuenta países. Hoy, hay un millón de usuarios en Argentina (1). A partir de 1996, las empresas periodísticas comenzaron a poner sus ediciones en la web. Medios de alcance nacional y regional ocupan su sitio con características variadas. Están aquellos con sólo una página con uno o dos vínculos. Es el caso del diario "El Chubut", que presenta el mapa de la provincia de origen y, picando nodos, permite consultar la tapa en soporte papel o ver la foto de su edificio.

Los grandes diarios, como "La Nación On Line" o "Clarín Digital", han evolucionado incluyendo mayor cantidad de vínculos entre sus notas, imágenes animadas, nodos que conectan con emisoras radiofónicas o que permiten la interactividad del lector de manera diferida o simultánea .

Humildes y poderosos utilizan el hipertexto para presentar sus productos; éste es un aspecto innovador que estructura y condiciona las estrategias discursivas. Ésta es la razón que me llevó, en mi rastreo de la imagen de autor y lector del periódico electrónico, a sistematizar el análisis comenzando por las modalidades hipertextuales. Considero que lo innovador de los diarios digitales no reside solamente en el soporte, el diseño o la estructura sino en la configuración de otro lenguaje -presente también en otros géneros- que demanda determinadas competencias de lectura y escritura.

El estudio integral de un lenguaje implica, entre otros, la consideración de sus condiciones de producción, circulación y consumo, es decir de las dimensiones de la vida social que entran en juego. Esa tarea es demasiado amplia para desarrollarla en una comunicación.

### **Lecturas posibles**

En relación con un conjunto textual dado siempre existen dos lecturas posibles: la del proceso de producción (de generación) del discurso y la de la recepción de ese mismo discurso. Encaro el proceso de producción del periódico electrónico desde el punto de vista de las modalidades hipertextuales que dejan sus huellas en el texto. Estas huellas detectables -presentes en lo lingüístico, la imagen y el sonido- son algunas de las estrategias discursivas que, en el proceso de lectura, permiten construir el sentido de un texto.

Leo las huellas; para hacerlo, me ubico en la posición de lectora aunque pretendo reconstituir el proceso de producción, pero mi posición -por la descripción, el análisis

y la intencionalidad- no coincidiría con la de los consumidores/usuarios que leen en el mismo lenguaje ni con la de los técnicos que configuran las páginas.

De alguna manera intento acercarme, desde un particular enfoque, al desentrañamiento inicial de lo que Jesús Martín Barbero llamara gramáticas discursivas; ellas dan lugar a complejos entramados de residuos e innovaciones, de anacronías y modernidades, de asimetrías comunicativas que involucran de la parte de los productores sofisticadas "estrategias de anticipación", y de parte de los receptores la activación de competencias de lectura y operadores de apropiación". (1990; 73)

Me propuse, entonces, detectar aspectos recurrentes que dieran cuenta -aunque parcialmente- de las estrategias discursivas en general y comencé por las modalidades hipertextuales por ser lo innovador en estos medios. Cada vez que cite ejemplos estaré refiriéndome a diarios argentinos.

Puede hablarse, y efectivamente se lo hace, de hipertexto como una herramienta, pero la herramienta construye nuestras prácticas (Piscitelli: 1995; 63). Las prácticas sociales generan estrategias y el cambio de unas modifica las otras.

En los párrafos siguientes, me concentro en el tratamiento de huellas visibles en el discurso. Son resultado de esas prácticas, permiten reconocer operaciones de producción de sentido que, al mismo tiempo, involucran las de reconocimiento pero tienen implicaciones diversas para autor y lector.

### **Modalidades hipertextuales**

Antes de la "materialización" de un hipertexto, y dentro del proceso de su generación -la invención de la retórica clásica-, el productor reúne material y decide a qué modalidades del sistema tecnológico recurrirá.

- Tiene la posibilidad de adoptar sistemas independientes (como el de CD-ROM) o sistemas conectados en red, en que los textos y otros datos digitalizados pueden ser utilizados simultáneamente por muchos usuarios.

En CD-ROM, algunos diarios y agencias noticiosas publican anualmente las informaciones relevantes del año.

El sistema conectado en red es el preferido por los periódicos argentinos, tal como lo anticipé, optan por la web con intencionalidad y resultados diversos. De acuerdo con la información provista por sitios de la red específicamente dedicados a periódicos (como la [www.worldwideneews.com/worldnet.htm](http://www.worldwideneews.com/worldnet.htm)), veintisiete diarios argentinos están en red; sin embargo, existen más de treinta si se incluyen medios de poblaciones pequeñas.

- Otra decisión -del productor- es la de si el sistema será sólo de lectura (de almacenamiento y recuperación de la información) o uno que permita contribuciones del lector. En el primer caso, diseña recorridos dentro de una copiosa información -que contienen los CD-ROM por ejemplo- para que el usuario se desplace ("navegue") según su criterio. En el segundo, brinda además posibilidades para que pueda añadir enlaces y/o comentarios.

Nuestros diarios adoptan, en general, la modalidad de sólo lectura. Algunos aceptan las contribuciones del lector, pero de manera diferida. Los receptores realizan preguntas a personas del ámbito público, consultan datos -mesas en la que deben votar, por ejemplo-. Si bien esto tiene muchos puntos de contacto con las cartas de lector, varía el vínculo porque la comunicación se realiza vía correo electrónico pero siempre es la empresa la que decide qué aportes publicará.

En casos limitados, los lectores pueden tornarse coautores. "La Nación On Line" publica fotografías -generalmente de políticos- y el lector envía epígrafes o completa globos, cual si fuera una viñeta (en "La foto que habla"). "Intervoz" (de 'La Voz del Interior', Córdoba, Argentina) estimula la participación presentando historietas con

personajes -estereotipos de cordobeses típicos- con los globos en blanco (en 'Hacé un chiste con Ortiz').

La interactividad "en tiempo real" suele proponerse desde "Clarín Digital": un periodista, por ejemplo, responde preguntas un día y hora previamente anunciados (a través del 'chat'). En "La Nación", el usuario puede crear una página personal del tiempo (seleccionando lugares). Asimismo, algunos periódicos incluyen un motor de búsqueda que -con el uso de operadores lógicos- da acceso a notas publicadas en números anteriores.

Desde el punto de vista tecnológico y de construcción del sentido, todo el potencial aparece cuando se combinan el hipertexto en red con la opción de añadir comentarios o enlaces. "El gran poder definidor de la tecnología digital radica en su capacidad de almacenar información y proporcionar luego innumerables versiones virtuales de la misma a varios lectores, que pueden entonces manipularla, copiarla y hacer comentarios encima sin modificar el material que visionan los demás. En combinación con las redes informáticas, la información digitalizada produce un nuevo medio de información en que la lectura, la escritura y la edición adquieren nuevas características". (Landow:98; 28). Esta modalidad no es frecuente en los sitios que se encuentran en la red; es la que más se aproximaría a la concreción del ideal barthesiano de "texto de lector" frente a "texto de escritor" o al lectautor ("wreader") (2).

Las modalidades hipertextuales mencionadas hasta aquí están fuertemente marcadas por el sistema tecnológico: independientes o conectadas a la red, sólo de lectura o que permiten contribuciones del lector. Aunque regidas por el sistema, son detectables como decisiones de un autor y prevén movimientos lectores de complejidad diversa; cuando el lector percibe la modalidad, ha dado el primer paso para poner en juego la interactividad. Rastrear las estrategias discursivas exclusivamente en este tipo de huellas significaría limitarse al modo de presentación de los textos, que conciernen más a la tecnología informática empleada que al texto electrónico en sí.

- Más allá de esas estrategias ancladas en lo tecnológico, la intencionalidad del autor se manifiesta también cuando elabora una obra autónoma o una obra con vínculos a otros sitios. En ambos casos, puede tratarse de una adaptación de una obra impresa o una creación que asume -desde su generación- la forma de agrupaciones discretas de subconjuntos jerarquizados o parecidos.

"La foto que habla... por usted" (de "La Nación On Line"), "Hacé un chiste con Ortiz" (de "Intervoz"), la página del tiempo de "La Nación" (sólo para usuarios registrados) o la entrevista propuesta por "Clarín Digital" son lexias de verdadera creación.

No ocurre lo mismo con los aspectos eminentemente informativos. pues tanto las notas de secciones como los suplementos reproducen la publicación en soporte papel; son adaptaciones de lo impreso.

La adaptación se detecta rápidamente cuando el texto consultado se encuentra en una unidad autónoma (CD ROM, por ejemplo) como en los catálogos de biblioteca, la bibliografía específica sobre un tema o algunos diccionarios. Estos hipertextos permanecen ligados a una textualidad precomputacional, hecho que no invalida su utilidad. Según Neri, Caplan y Fidanza, estos ejemplos de conversión de un soporte en otro son el resultado de una etapa inmadura del medio; el o los autores piensan en modo papel (1997; p. web).

Estas adaptaciones son transliteraciones, tienen características "precomputacionales". Las notas periodísticas también se encuentran como producciones mixtas que suman elementos multimediales a la adaptación de textos impresos, por ejemplo la inclusión de una caricatura animada como ilustración de una noticia o el "paño" de informaciones de último momento como si fuera un cartel callejero animado. Éstas son operaciones de un modelo de producción que no siempre se interpretan a nivel de la recepción .

Las modalidades hipertextuales (sistemas independientes o conectados en red; sólo de lectura o de lectura y escritura; adaptación o creación) dejan sus marcas en los textos y las considero parte de las estrategias discursivas que inciden en la elaboración del sentido; esas marcas han sido inscriptas por las condiciones de producción y de reconocimiento.

- La estructuración del hipertexto es otro de los elementos que asumo como estrategias discursivas de este lenguaje. Un documento puede ser organizado de acuerdo con estructura axial o con estructura de red.

La disposición del texto en torno de un eje -estructura axial, arborescente- se distingue frecuentemente en los textos impresos adaptados. En el cuento "El jardín de los senderos que se bifurcan", de Borges, el libro lineal obra como tronco del que irradian referencias, variantes textuales y otros complementos del texto principal como ramas de un árbol.

El hipertexto con estructura de red es una telaraña, de organización bifurcada de centros múltiples. Esta modalidad es la más novedosa si tomamos como referente la imprenta. Landow (1998; 42) afirma que la estructura en red tiene precedentes en la novela experimental y en las "bolsas de organización local" que el lector encuentra en los periódicos, pues son ejemplos de documentos compuestos de elementos discretos agrupados según categorías semánticas como las secciones.

Sin embargo, los diarios han adoptado la estructura axial o arborescente. El eje está constituido por las secciones con uno u otro agregado como "todos los títulos", "correo de lectores", "suplementos", "ediciones anteriores", etc. A partir del tronco - que se mantiene en todas las "páginas"- se consultan las notas. En "Gacenet" ("La Gaceta" de Tucumán), el eje se constituye con Tucumán, Opinión, Economía, Policiales, Espectáculos, Historia, Deportes, Noroeste, Argentina, Mundo. En "El Tribuno" Edición Digital (de Salta), los vínculos se abren a partir de Portada, Noticias, Provinciales, Nacionales, Del mundo, Económicas, Opinión.

Una fuerte variación ha ocurrido en el último año. Los grandes diarios mantienen el eje de secciones, que es una forma de construir su lector, pero incursionan en una estructura de red entre notas. Por ejemplo, junto al texto de una noticia incluyen nodos bajo la expresión "Más información" o "Notas relacionadas" ("Clarín Digital") o "Temas relacionadas" ("La Nación Digital"); desde una noticia se accede a otras sobre el mismo tema y viceversa.

Las modalidades axial y en red responden a la gramática de producción, son creaciones de autor, pero es el lector el que realiza las lecturas adecuadas (o aberrantes).

En síntesis, los cambios no son rotundos en todos los casos porque conviven prácticas "precomputacionales, computacionales e incluso postcomputacionales" sobre todo en el proceso de edición de material. La mayoría de los enlaces existentes no surgen como necesidad de una nueva forma de la textualidad, sino que se inspiran y presuponen el texto impreso, la noción de textualidad es precomputacional.

De manera general, a lo largo de la red, y entendiendo esto como el modo de legitimación de los periódicos-hipertextos, raramente se avanza más allá de la configuración en vínculos punto a punto (lo que en cualquier publicación sería capítulo o pie de página). Si bien esto no aparece de modo claro, la lógica de funcionamiento se manifiesta como precomputacional. Muestran, así, la contradicción vigente: lo que se edita en papel es reproducido en la red.

La presencia de tecnología computacional no necesariamente genera un universo digital en sentido estricto, dado que pueden existir programas cuya aplicación se base en una lógica precomputacional por lo que el resultado es sólo formalmente digital (NERI; CAPLAN; FIDANZA: 1997; p. web).

La producción hipertextual demanda competencias autoriales específicas que superan lo meramente tecnológico. El autor debe proponer enlaces -múltiples, limitados,

dentro o fuera de su texto- que mantengan coherencia y permitan paseos lectores - pragmáticos e inferenciales- que orienten a estructurar la información dentro de la fragmentariedad de las lexis.

Cualquiera fuere la característica, y aún con la permanencia de lo precomputacional, estos textos en pantalla demandan competencias nuevas para autor y lector; proponen una nueva lectura planteada desde una nueva visibilidad que no depende de las decisiones de un autor sino de las condiciones sociales de las cuales es consecuencia y manifestación.

Lo importante es pensar -como dice Jesús Martín Barbero- lo que significa el que la actual revolución tecnocientífica tenga como ámbito central los procesos y dispositivos de la comunicación y la información .

-

## **Bibliografía**

AAVV (1990); Videoculturas de fin de siglo; Cátedra; Madrid.

ADELL, Jordi (1995); La navegación hipertextual en la World Wide Web: implicaciones para el diseño de materiales educativos; Comunicación en II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación para la Educación; 22, 23 y 24 de noviembre/1995; Universitat de les Illes Balears; Palma de Mallorca.

BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Fausto (1995); Las nuevas tecnologías de la comunicación; Instrumentos Paidós; Barcelona.

CARIDAD, Mercedes y MOSCOSO, Purificación (1991); Los sistemas de hipertexto e hipermedia: una nueva aplicación en informática documental; Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Ediciones Pirámide; Madrid.

DIAZ NOCI, Javier y MESO AYERDI, Koldo (1997); Medios de comunicación en Internet; Anaya Multimedia; Madrid.

ECHEVARRÍA, Mirta Clara (1997); Informe preliminar de investigación. Los lenguajes de la cultura contemporánea desde una perspectiva sociosemiótica: Hipertexto. Universidad Nacional de Córdoba; SECyT.

FERNANDEZ BEAUMONT, José (1996); La prensa, en la era de la información; Revista Telos; Nº 44; dic/febrero 1996; Madrid.

GARCIA MARCO, Francisco Javier; Hipertexto y lenguajes documentales: retos y sinergias; s/d.

LANDOW, George (1995); Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología; Paidós Multimedia; Barcelona.

LANDOW, George (1997); Teoría del hipertexto; Paidós Multimedia; Barcelona

MARTIN BARBERO, Jesús; Teoría, investigación, producción en la enseñanza de la comunicación en Revista DIA-LOGOS de la Comunicación; Nº 28; noviembre de 1990; FELAFACS; Lima; 1990.

NERI, Carlos; CAPLAN, Graciela y FIDANZA, Viviana (1997). Apostillas a textos, tramas y dígitos. CBC-UBA. Buenos Aires.

PEIRO, Carmen (1998); Teletrabajo y nuevas profesiones; Conclusiones I Congreso Internacional de la Publicación Electrónica, GPD-Maig 98; Barcelona.

PISCITELLI, Alejandro(1995); Ciberculturas; Ediciones Paidós; Buenos Aires.

PISCITELLI, Alejandro; Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad en Revista DIA-LOGOS de la Comunicación; Nº 32; marzo de 1992; FELAFACS; Lima; 1992.

PRENDES ESPINOSA, María Paz (1995); "Navegando por el ciberespacio", en Edutec. <http://www.uib.es/depart/gte/edutec5.htm>

SCOLARI, Carlos (1998); "Editorial" en Interlink Headlines News; Nº 1103; 6 de febrero; <http://www.webcom.com/poetas/interlink>

STEIMBERG, Oscar (1993); Semiótica de los medios masivos; ATUEL; Buenos Aires.

TERCEIRO, José B. (1998); "El texto impreso en la cultura digital", en Revista de Occidente; Nº 206; junio 1998.

VERON, Eliseo (1987); La semiosis social; Editorial Gedisa, colección El mamífero parlante; Buenos Aires.

VERON, Eliseo (1980) El sistema productivo de los discursos sociales en AAVV. El discurso político. UNAM.

### **Notas**

1. Datos del diario "Clarín Digital", 16 de mayo de 1999.
2. Traducción del neologismo utilizado por Landow: "wreader", compuesto por las palabras "reader" (lector) y "writer" (escritor).
3. Datos del diario "Clarín Digital", 16 de mayo de 1999.

**Trabajo presentado en la II Bienal de la  
Comunicación, celebrada en la Universidad  
de Cartagena (Colombia), en mayo de 1999.**

### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:**

**Nombre de la autora, 1999; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 21, de septiembre de 1999, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL):**

**<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/41mirta.htm>**

**Revista Latina de Comunicación Social  
La Laguna (Tenerife) - septiembre de 1999 - número 21  
D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>**