

Periodismo Ciudadano

La participación del
usuario en los medios
digitales de Paraná y
Santa Fe. Los casos de
UNO Entre Ríos y
El Litoral



Facultad de Ciencias
de la **Educación**

Periodismo Ciudadano

La participación del
usuario en los medios
digitales de Paraná y
Santa Fe. Los casos de
UNO Entre Ríos y
El Litoral



Facultad de Ciencias
de la **Educación**

Periodismo Ciudadano

La participación del
usuario en los medios
digitales de Paraná y
Santa Fe. Los casos de
UNO Entre Ríos y
El Litoral

Universidad Nacional de Entre Ríos
Facultad de Ciencias de la Educación
Tesis de Licenciatura en Comunicación Social

Esteban Alfaro

Director: Juan Pablo Gauna

Julio de 2021
Paraná, Entre Ríos, Argentina



Universidad Nacional de Entre Ríos
Facultad de Ciencias de la Educación
Licenciatura en Comunicación Social

Tesis de grado:

Periodismo Ciudadano.

La participación del usuarios en los medios digitales
de Paraná y Santa Fe. Los casos de UNO Entre Ríos y El Litoral

Por Esteban Alfaro

Director: Juan Pablo Gauna

Índice

Introducción.....	9
<u>Primera Parte</u>.....	15
Capítulo I <i>Participación ciudadana:</i>	
<i>De los comienzos de la web a su lugar en los medios.....</i>	21
<i>I.a. Internet, el puntapié de la participación masiva.....</i>	23
<i>I.b. El Periodismo Ciudadano entre nosotros.....</i>	30
<i>I.c. UNO Entre Ríos.....</i>	30
<i>I.d. El Litoral.....</i>	34
<i>I.e. ¿Por qué estos medios?.....</i>	37
Capítulo II <i>Conceptos fundamentales</i>	
<i>para el periodismo ciudadano.....</i>	41
Capítulo III <i>Vigilancia, comunidad y comunicación.</i>	
<i>Las razones de los usuarios para participar en los medios.....</i>	61
<i>III.a. Análisis cuantitativo de los contenidos.....</i>	71
<i>III.b. UNO Entre Ríos.....</i>	73
<i>III.c. El Litoral.....</i>	80
<i>III.d. Por períodos.....</i>	87
<i>III.e. La participación a través de los comentarios.....</i>	89
<u>Segunda Parte</u>.....	93
Capítulo IV <i>#UNOEnLaCalle</i>.....	99
<i>IV.a. Lectores por los lectores.....</i>	118
Capítulo V <i>Periodismo Ciudadano</i>.....	129
<i>V.a. Cómo se perciben los lectores.....</i>	147
Capítulo VI <i>La imagen en el contrato de lectura</i>.....	155
<i>VI.a. UNO En La Calle.....</i>	164
<i>VI.b. El Litoral.....</i>	167
Conclusiones.....	187
Bibliografía.....	195

Introducción

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación atraviesan un mundo globalizado en el cual las personas se encuentran ávidas por relacionarse e interactuar. Las distancias, los hechos, la información, están a la vuelta de la esquina. Los medios de comunicación tradicionales se encuentran con el desafío de acomodar sus estructuras a todos los cambios que las TICs ofrecen.

Por otro lado, los usuarios transitan un camino de adaptación menos sinuoso a la hora de adaptarse a las nuevas tecnologías. Pero estas distancias virtuales acercan las posibilidades de participar en los grandes medios de comunicación. En los años '90 se abrieron las primeras puertas para un proceso que paulatinamente fue encontrando nuevas aristas y formas de participación. En nuestros días esta corriente aún cuenta con detractores y con posibilidades insuficientes para los usuarios.

Esta tesis propone abordar conocimientos y experiencias adquiridas durante la carrera de Licenciatura en Comunicación Social. Al momento de la realización de este trabajo final se observó que el periodismo ciudadano es un tema de nuestro campo de estudios con escaso análisis

en la región, y particularmente en nuestra facultad. Aquí intentaremos mostrar qué lugar ocupa (o dejan ocupar) al usuario en las secciones destinadas al periodismo ciudadano en los sitios web de los diarios *UNO Entre Ríos* (www.unoentrerios.com.ar) y *El Litoral* de Santa Fe (www.ellitoral.com), medios que fueron elegidos por su trascendencia y trayectoria en la región.

La elección del corpus partió del registro presente en la actualidad en los archivos de las páginas web analizadas. En www.unoentrerios.com.ar el archivo de la sección comienza en mayo de 2017, de allí el período de tiempo tomado también en www.ellitoral.com.

En el Capítulo I hacemos una breve reconstrucción histórica del proceso del surgimiento de Internet hasta llegar a la actualidad, pasando por los hitos más importantes de la participación ciudadana en los medios web, haciendo hincapié también en los dos medios de comunicación elegidos.

El Capítulo II está destinado al repaso de los conceptos más importantes sobre los que enfocaremos el presente trabajo, como por ejemplo las definiciones de periodismo ciudadano, usuario, contrato de lectura, discurso, entre otros.

En el Capítulo III desarrollamos un análisis de los usos que los lectores hacen de los espacios de participación que *UNO Entre Ríos* y *El Litoral* destinan a sus usuarios, quienes tienen la posibilidad de elegir qué medio satisface mejor sus necesidades, sus gustos, y en cuáles puede exigir, proponer o tener iniciativas. Cuando hablamos de las motivaciones que tienen los usuarios de hacer uso de las plataformas de periodismo ciudadano podemos pensar en que los usuarios se enfocan en la vigilancia en el sentido de mantenerse informados acerca de cuestiones que lo podrían afectar, o bien para mantenerse conectados con su comunidad, a la vez que dispuestos a colaborar y comunicar para que se cumplan las normas mediante las denuncias que realiza. Sin embargo, también existen necesidades que surgen de la vida cotidiana que también explican el

uso de los medios: el transporte, la ciudad, la situación social, lo que genera otros tipos de uso de los órganos de información. En la actualidad es el público quien toma la iniciativa de elegir qué formas de comunicación utilizar en base a sus necesidades, motivaciones y deseos.

#UNOEnLaCalle y **Periodismo Ciudadano** forman parte de los denominados espacios de participación del lector, es decir, aquellos donde tienen la posibilidad de manifestarse discursivamente. La Segunda Parte de esta tesis propone analizar el lugar que ocupan los usuarios en estas secciones, desde cómo se presentan en el discurso que desarrollan los medios, como así también desde el propio. Los dispositivos de enunciación articulados desde la producción signica y el proceso de circulación discursiva, se ven influidos por textos, fotografías y videos que se vinculan para desarrollar los discursos de ambos medios. Mediante recursos interactivos y multimediales, el hipertexto se presenta como partícipe a la hora de analizar cómo se construyen el enunciador, el destinatario y la relación que existe entre ellos. Todos estos factores que hacen a la comunicación mediante medios digitales tienen su importancia a la hora de pensar en la construcción discursiva, los diferentes lenguajes y medios que se utilizan. En el Capítulo IV se analiza al matutino entrerriano, mientras que en el Capítulo V el medio de la capital santafesina.

Por último, el Capítulo VI propone una mirada sobre el rol que cumplen las imágenes en estas secciones desde su función informativa, narrando, demostrando, legitimando la información enviada por los usuarios. Mostramos cómo la fotografía valida, da credibilidad.

Primera Parte

La participación del usuario.

El camino del periodismo ciudadano

Los cambios en una economía globalizada tanto en su producción como en el comercio, una sociedad necesitada de mayores libertades individuales y de una comunicación más abierta, además de los avances tecnológicos e informáticos que se dieron en las últimas décadas del Siglo XX, fueron algunas de las condiciones necesarias para una nueva forma de sociedad, la sociedad red, como la define Manuel Castells (2001). En este marco, Internet se impuso como el medio de comunicación donde muchas personas se podían relacionar entre sí superando barreras espacio-temporales que limitan a otros medios, y es el lugar donde los medios de comunicación y los usuarios han cimentado una nueva forma de relacionarse.

Entre las formas de participación del usuario en los medios de comunicación podemos destacar la carta de lectores (propia de la gráfica), los blogs, los comentarios en publicaciones digitales, los sitios de lógica *wiki*¹ y, además, el periodismo ciudadano o participativo. Este último se presenta como una de las formas que más posibilidades tienen de influir en los medios digitales, y que más y diferentes oportunidades de participación ofrecen.

¹ Plataformas virtuales donde los usuarios acceden directamente desde su computadora para crear, corregir, o colaborar con artículos para su comunidad.

En este trabajo de tesis proponemos analizar cómo se plasman las interacciones de los usuarios y los medios digitales, específicamente en los casos de las secciones destinadas a los contenidos generados por usuarios: **#UNOEnLaCalle** de *www.unoentrerios.com.ar*, que se edita en Paraná; y **Periodismo Ciudadano** de *www.ellitoral.com*, de Santa Fe. Nos interesa conocer de qué modo, a partir de las posibilidades que ofrece Internet, estos medios abren un espacio para que participen e interactúen los destinatarios. Teniendo en cuenta que la presencia en el soporte digital brinda nuevas oportunidades para terminar con la comunicación unidireccional de los medios tradicionales, nos preguntamos: ¿qué espacios tienen en los sitios web de *Diario UNO Entre Ríos* y *El Litoral* los mensajes y las noticias enviadas por las y los lectores?

Capítulo I

Participación ciudadana: de los comienzos de la web a su lugar en los medios

I.a. Internet, el puntapié de la participación masiva

Cuando la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency, ARPA en su sigla en inglés), dependiente del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, inició hacia fines de la década de 1960 con las pruebas de una red informática interactiva probablemente no sabían que comenzaban con una revolución en las formas de comunicarse. ARPANET dio sus primeros pasos conectando a diferentes ordenadores de distintos centros de informática e investigación de la agencia. Para crear esta red interactiva la Oficina de Técnicas de Procesamiento de Información tomó el modelo de transmisión de telecomunicaciones creado por Paul Baran en la Rand Corporation, sistema creado para mantener las comunicaciones militares en caso de ataques nucleares en tiempos del enfrentamiento con la Unión Soviética en la carrera por los avances tecnológicos. Los primeros nodos de ARPANET se establecieron en las universidades de Los Ángeles, Utah, California, y otros centros de investigación universitarios.

En los primeros años de la década de 1970, informáticos de ARPA y de otras redes de comunicación comenzaron a trabajar sobre una arquitectura informática que permita comunicarse entre distintas redes. Fue así que en 1973 Vint Cerf, Gerard Lelann y Robert Metcalfe crearon el Protocolo de Control de Transmisión (TCP), que en 1978 dio lugar al protocolo interredes (IP) sobre el que aún hoy opera Internet.

Durante los siguientes veinte años esta red informática fue mutando en sus protocolos de transmisión y en sus funciones militares y comunicacionales dependientes del gobierno estadounidense. Ya en la década del 1980 surge Internet (así llamado por su nueva fórmula de seguridad y su uso fuera del ámbito militar) a partir de los trabajos realizados en base a los avances de ARPANET y distintos protocolos y tecnologías como IBM y USENET. Esta nueva red comenzó a comercializarse para el uso de empresas privadas. La década de 1990 ya encontraba a los ordenadores o computadoras con capacidades suficientes para la interconexión. Esto, sumado a la tecnología desarrollada también durante los '70 y '80 para la transferencia y almacenamiento de archivos a través de líneas telefónicas, fueron los grandes precursores del Internet que conocemos hoy.

A ellos hay que sumarle el aporte fundamental del MODEM, un programa que permitía transferir archivos entre diferentes computadoras personales, y al Computer Bulletin Board System, que tenía la capacidad de almacenar y transmitir mensajes. Estos programas fueron rápidamente difundidos para su dominio público.

Pero ya entrados en los años '90 esta tecnología entró en los hogares: Tim Berners-Lee, empleado del centro de investigación de física de alta energía de Ginebra (CERN), desarrolló un software que permitía transportar y comunicar información desde y hasta cualquier ordenador que estuviera conectado a Internet. Este sistema de hipertexto, denominado World Wide Web fue el hito fundamental para que Internet llegara a todo el planeta.

Mosaic y Netscape, ambos creados por Marc Andreessen, serían los

primeros navegadores web en lograr un rotundo éxito; en 1995 nació el buscador *Yahoo!*, en tanto un año después se fundaba *Amazon*, sellando así el nacimiento de la web comercial. A partir de allí la red de redes continuó en su construcción y evolución desde los conocimientos de aquellos usuarios capaces de producir nuevas tecnologías mediante el acceso abierto de Internet, a la par que empresas como *Microsoft*, *Apple* y *Yahoo!* entre otras, crecían en el desarrollo de los navegadores de la web. Sin embargo los primeros años del nuevo milenio trajeron una crisis financiera provocada por la caída de las acciones del Nasdaq, donde se cotizan las empresas vinculadas con la tecnología en la bolsa norteamericana. De esta situación sobrevivieron y salieron muy beneficiados algunos de los sitios y empresas más importantes como *Google*, *MSN*, *eBay*, entre otras. Por aquellos años en Argentina se destacaban *DeRemate.com* y *Mercado Libre*, quienes también salieron airosos de esta crisis. Leandro Zanoni afirma que “a pesar del fracaso bursátil y financiero de muchas empresas, Internet continuó su crecimiento y se fue consolidando en los hábitos de consumo de millones de usuarios en todo el mundo” (Zanoni, 2008: 27).

Con estos canales de comunicación a disposición, las empresas privadas tuvieron una nueva herramienta de difusión para sus propósitos económicos. El ámbito empresarial, y entre ellos la rama de los medios de comunicación, ha cambiado en sus prácticas a raíz de Internet. Como lo afirma Manuel Castells “el uso apropiado de Internet se ha convertido en una fuente fundamental de productividad y competitividad para toda clase de empresas” (Castells, 2001: 81).

En este marco, hacia fines de la década de 1990, surgen los blogs como bitácoras personales donde los autores expresaban sus ideas y pensamientos acerca del tema que querían. Técnicamente son plataformas web de actualización periódica, donde los posts aparecen de forma cronológica inversa (la última publicación figura en primer lugar). Este nuevo medio fue uno de los primeros en romper con el modelo de comunicación uno a muchos para abrir el juego a comentarios, o a la publicación de artí-

culos por los propios autores. Los blogs comenzaron a tomar diversas direcciones: están los periodísticos, los destinados a expresiones artísticas, los blogs donde se publican novelas por entregas, o los blogs utilizados como diarios íntimos. Estas plataformas brindan la oportunidad de publicar en diferentes formatos como el audio, video, e imágenes fijas, además de texto por supuesto.

Mediante etiquetas o categorías insertadas en las publicaciones, los blogs se convirtieron en una nueva forma de navegar la web, con la oportunidad de alcanzar una lectura personalizada, es decir, elegir los tópicos que al usuario le interesan y relacionando a los diferentes bloggers creando comunidades mediante la web. Estas plataformas proponen temas que muchas veces no se encuentran en los medios tradicionales o bien, un análisis más profundo de éstos.

Xanga, *LiveJournal* y *Blogger.com* estuvieron entre los primeros sitios populares entre los sistemas de creación de blogs, a los que también se les sumó más tarde *WordPress*. El éxito de estas plataformas fue tal que los diarios más importantes a nivel mundial comenzaron a brindar soporte a periodistas, comunicadores y empresarios, para que desarrollen sus blogs dentro del sitio web del medio. En Argentina, *Clarín.com* y *LaNación.com* incorporaron esta sección hacia 2005. Dos años más tarde, *ElPaís.com* possibilitó que cualquier usuario pueda crear su propio blog para participar en la comunidad del medio. *Clarín.com* contestó de igual forma a la demanda de sus seguidores que lo manifestaban mediante la creciente participación en los comentarios y visitas a los blogs editoriales del diario digital.

El concepto de Web 2.0 nace como tal en 2003 cuando Tim O'Reilly y Craig Cline se vieron ante la necesidad de conceptualizar la evolución de la web inicial hacia una web enfocada en el usuario. Éste, ahora se convierte en protagonista, productor y consumidor de contenidos y servicios. En esta nueva era nacen los sitios de participación, inteligencia y creación colectiva que, incluso hasta nuestros días, son los más populares: *YouTube* fue fundado hacia fines de 2005 y en pocos meses alcanzó un rotundo éxi-

to como plataforma para subir y compartir videos; *Facebook*, creado por Mark Zuckerberg, nació en 2004 como red social para estudiantes de la Universidad de Harvard, aunque en poco tiempo fue abierta al público alcanzando millones de usuarios en muy poco tiempo; en marzo de 2006 vio la luz *Twitter*, plataforma de comunicación y participación con mensajes breves, o también definido como un sitio de *microblogging*.

En 1999 James Wales utilizó sus conocimientos en la lógica del código abierto para crear una enciclopedia virtual donde referentes académicos puedan hacer su aporte. Su creación fue un rotundo fracaso por la lentitud y escasa participación de estos expertos. Pero dos años más tarde incorporó un software *wiki* que permitía sumar artículos e información sin necesidad de estar autorizado, no sólo a conocedores de los diferentes temas, sino también al resto de los usuarios. Así nació “la enciclopedia libre que todos pueden editar”, como recuerda Jose Van Dijck en *La Cultura de la Conectividad* (2016). La *Wikipedia*, combinación de *wiki* (vocablo de origen hawaino que significa “rápido”), y *pedia* (palabra de origen griego que deriva de *paideia*, educación o formación), nació en 2001 como una enciclopedia de creación y edición libre y colaborativa.

Este es uno de los proyectos participativos más importantes de la web, ya que supera los 50 millones de artículos en más de 300 idiomas. Este medio sin fines de lucro está administrado por profesionales, pero se sustenta en el aporte voluntario de sus usuarios. Dichos factores también la han convertido en una plataforma polémica, debido a su principio de neutralidad, los disensos y la falta de exactitud que han sabido presentar en los artículos publicados por los usuarios. El mencionado principio de neutralidad es uno de los pilares fundamentales en los que se basa *Wikipedia* ya que sus artículos deben estar basados en hechos y no en opiniones. Otro de los principios de la plataforma es el de la verificabilidad: los artículos deben sostenerse en fuentes confiables a las que hagan referencia y que se puedan verificar. Esto lleva a otro principio que indica que *Wikipedia* no acepta investigaciones “originales” o nuevas, lo que se publica debe

tener fuentes publicadas. El investigador catalán Ángel Ferrero afirma que “Wikipedia cuestiona el modelo del usuario como consumidor pasivo, proponiendo en su lugar un usuario-productor que modifica, corrige y mejora el producto, permitiendo a su vez que otros modifiquen, corrijan y mejoren” (citado en Zanoni, 2008: 42).

La denominada web 3.0 nos brinda diversas herramientas a la hora de comunicarnos. En este marco el periodismo está volcando su trabajo hacia la convergencia de medios que permiten las redes, ensamblando diferentes tipos de medios bajo un control central, y abriendo sus puertas a la participación del lector y atendiendo a sus exigencias en función de superar la crisis que está atravesando.

Los espacios de interacción brindan al lector, en cuanto sujeto activo del proceso de comunicación, la posibilidad de hacer diferentes usos de las potencialidades que los medios les brindan de participar, poniendo en cuestión no tanto el determinismo tecnológico sino su propio bagaje socio-cultural e histórico.

Como afirma Manuel Castells:

Las tecnologías de la Web 2.0 permiten a los consumidores producir y distribuir sus propios contenidos. El éxito viral de estas tecnologías impulsó a las empresas de comunicación a aprovechar la capacidad de producción de los consumidores tradicionales. Casi todas las grandes empresas de noticias ofrecen a los visitantes de su página web la oportunidad de subir contenido que, si es lo bastante interesante, se mostrará en línea y en un número cada vez mayor de programas de televisión que presentan contenido creado por los usuarios (Castells, 2009: 142).

Los medios periodísticos gráficos iniciaron sus aventuras digitales hacia mediados de los '90. El *San José Mercury News* (ahora *The Mercury News*) y el *Palo Alto Weekly* de California se disputan el mote de ser el primer diario en tener su propia web. El *New York Times*, *Washington Post* y *Los Angeles Times* también ya contaban con su sitio digital para 1994.

En Argentina el pionero fue *Los Andes* de Mendoza, que abrió su

portal de Internet en septiembre de 1995. *Ámbito Financiero* y *La Nación* lo hicieron en diciembre de aquel año, en tanto *Clarín* y *El Cronista* inauguraron sus webs en 1996. En Paraná, *Análisis Digital* fue el primer medio de la ciudad en salir al mundo virtual en septiembre de 1996.

Los hitos más importantes para la participación periodística ciudadana vienen de la mano de dos grandes ataques terroristas que se dieron en los primeros años del nuevo milenio: El 11 de septiembre de 2001 Internet se posicionó como el medio de información más importante por delante de la televisión, la radio y los medios gráficos, presos de la incredulidad y el desconocimiento frente a los ataques al World Trade Center. Miles de usuarios se volcaron a la web que, en definitiva, tampoco estaba preparada para el significativo aumento de tráfico que generó este hecho. Ante estas circunstancias, los ciudadanos tomaron participación brindando datos sobre heridos, enviando registros audiovisuales, opinando y compartiendo información.

El 7 de julio de 2005 cuatro explosiones en el sistema de transporte público de Londres dejaron como saldo 56 muertos. Al Qaeda se hizo cargo de los ataques. Los medios británicos más importantes, como la *BBC*, *The Times* y *The Guardian*, solicitaron a sus usuarios que envíen fotos y videos a las redacciones. Sin embargo el caso paradigmático se dio en el *Wall Street Journal*, que compartió la foto que Adam Stacey había tomado con su teléfono celular dentro del subterráneo, entre la oscuridad y el humo, buscando la salida. En pocos minutos la imagen ya había recorrido el mundo.

En el plano internacional *www.ohmynews.com*, sitio fundado por el periodista Oh Yeon Ho en el año 2000 en Corea del Sur, se erige como uno de los casos emblemáticos a la hora de hablar de periodismo participativo. Promediando el 2003 el sitio contaba con un tráfico diario de 2 millones de personas posicionándose como sitio de referencia en el periodismo internacional (Bowman y Willis, 2003). Pero lo que se destaca del sitio asiático es que los lectores no solo pueden elegir qué noticias leer, sino que también participan escribiendo, e incluso recibiendo un pago si su artículo está

entre los más leídos.

En el ámbito nacional se destacan las plataformas online impulsadas por grandes medios como el canal de televisión *Todo Noticias* (TN), el diario *La Nación* (el ya inexistente *Igooh*), o el noticiero *Telenoche* (telenoche blog). Como afirma Pablo Altclas, fundador del sitio *Crónicas Móviles*¹, “actualmente todos los medios del país, cada vez que sucede algo, piden la mirada ciudadana porque saben que el medio no va a llegar a la noticia inmediatamente pero que sí lo hará la gente” (citado en Gómez, 2008). Este medio se caracterizaba por recibir material directamente de los usuarios, quienes de forma independiente producían contenidos con sus teléfonos móviles. A partir de allí los medios digitales han avanzado en sus propuestas y espacios para favorecer la participación del usuario mediante el envío de material.

I.b. El Periodismo Ciudadano entre nosotros

En el presente trabajo se buscará analizar y comparar cómo se refleja la participación ciudadana en dos medios digitales de la región, y cómo construyen colectivamente la noticia estos medios y el usuario. Para tal fin se eligieron las páginas web de *Diario UNO de Entre Ríos* (www.unoentrerios.com.ar) y la plataforma digital del diario *El Litoral* de Santa Fe (www.ellitoral.com).

I.c. UNO Entre Ríos

UNO Multimedios tiene sus orígenes en la década del '80 en la provincia de Mendoza como una empresa dedicada a la televisión por cable denominada *Supercanal*. En los '90 el emprendimiento de la familia Vila tuvo un crecimiento exponencial relacionado con nuevos socios, lo que condujo a la compra masiva de medios de comunicación en Argentina y

1 Según define el propio Altclas, www.cronicasmoviles.blogspot.com “fue el primer medio de periodismo ciudadano móvil del mundo creado el 8 de julio del 2005 realizado íntegramente por teléfonos celulares y por usuarios de manera independiente”. El blog dejó de publicar en 2009.

otros puntos de Sudamérica: Canal 7 de Mendoza, Canal 8 de San Juan, Canal 6 de San Rafael y distintas operadoras de cable en Catamarca, La Rioja, San Luis y Córdoba, además de algunos matutinos y emisoras radiales de la región. Pero sin dudas el bastión del Grupo siempre fue el *Diario UNO* de Mendoza, en circulación desde 1993, producto con el que salió a competir directamente con el histórico diario *Los Andes*. *UNO Multimedios* se transformó en el tercer holding de comunicación de Argentina, dentro de un marco de concentración mediática producida en aquella década.

Hacia fines del siglo XX Vila-Manzano adquirieron el paquete mayoritario de acciones del diario *La Capital* de Rosario. En el año 2000 se asociaron con el empresario Orlando Vignatti, con quien conformaron el *Multimedio La Capital*, donde se incluían, además del mencionado periódico, las radio AM LT8, LT3, FM Del Siglo y La Red, y mediante el cual sellaron su desembarco en Entre Ríos ese mismo año. El 12 de noviembre del 2000 salió a la calle por primera vez *Diario UNO Entre Ríos* dispuesto a competir directamente con *El Diario* y *Diario Región*, este último publicando sus ediciones hasta 2002, cuando cerró definitivamente. Fue el único período en que circularon tres diarios en Paraná.

El periódico de Vila-Manzano logró posicionarse rápidamente dentro del circuito informativo local mediante interesantes estrategias de marketing. En aquel momento *UNO* salió a la calle a un precio de \$0,50 por ejemplar, más barato que el \$1,20 al que se vendía la competencia. A esto se sumó una mayor oferta de información distribuida en nuevos suplementos para adolescentes, deportivos, destinadas al sector agrario, o revistas infantiles. Además, incorporó a sus filas a periodistas jóvenes que hacían sus primeras armas en el oficio y que no sólo se ocupaban del acontecer de la capital provincial, sino también de otras localidades, dando así una orientación más federal al periódico. *UNO* también innovó en el diseño, publicando en formato tabloide, más cómodo para la lectura que el formato sábana que en aquel momento aun sostenía *El Diario*.

Tras unos primeros años difíciles, desde 2003 a esta parte, *UNO* su-

pera en ventas al centenario matutino de la capital entrerriana. Según el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC)², durante febrero de 2019 el *Diario UNO Entre Ríos* alcanzó los 10.098 ejemplares vendidos por domingo, superando los 5.481 de *El Diario*, en tanto que de lunes a domingo promedió los 3.658, cifra superior a los 2.586 del periódico de la familia Etchevehere.

En 2005 sumaron al *Diario UNO Santa Fe*, para competir directamente con el diario vespertino *El Litoral* de la capital santafesina. Desde su llegada la batalla comercial había sido dura para el *UNO*, teniendo en cuenta la tradición de leer el diario por la tarde (*UNO* publicaba por la mañana), aunque de a poco las diferencias en las ventas se redujeron. Sin embargo, en 2017 *Diario UNO Santa Fe* resolvió quitar de circulación su versión en papel para solo poder ser consultado en su versión digital, decisión que se replicó en diciembre de 2018 en la versión mendocina de *UNO*.

En septiembre de 2016 *UNO Medios* había anunciado la constitución de Grupo América, un holding multimedia integrado por *América TV*, *Radio La Red*, *Supercanal*, *UNO*, y *Multimedio La Capital*. Pero en 2018 el Grupo Vila-Manzano vendió su empresa *Supercanal* a un fondo de inversión liderado por el Grupo Cargill. En marzo de 2019 el grupo se desprendió de su parte mayoritaria de las acciones del *Multimedios La Capital*, donde se incluye por supuesto *Diario UNO Entre Ríos*. Los compradores fueron un grupo de empresarios rosarinos encabezados por Gustavo Scaglione, titular de Televisión Litoral, propietaria del sitio digital www.rosario3.com, *Canal 3* de Rosario, *Radio Dos*, entre otras. En este grupo inversor también figura el nombre de Nahuel Caputto, propietario de *El Litoral*, y descendiente de su fundador Salvador Caputto.

UNO Entre Ríos se caracteriza por ser un diario popular, con espacios en sus páginas para sectores que habitualmente no tienen lugar en los

2 El IVC es una asociación civil sin fines de lucro que nuclea a más de 250 empresas (anunciantes, agencias de publicidad, centrales de medios y editores de diarios y revistas). Mide la circulación pagada de diarios, periódicos y revistas de sus asociados con el objetivo de difundir el concepto de circulación auditada y sus ventajas al pautar publicidad en medios gráficos. http://www.ivc.org.ar/boletin_xpress.html

medios. La sección de policiales goza de gran jerarquía, como así también la política y la economía. De lunes a viernes desarrolla sus diferentes secciones a lo largo de 32 páginas: *Hoy por Hoy*, nota de opinión escrita por un miembro del staff periodístico, es acompañada por *La Foto*, *La Frase*, y otro tipo de apostillas en la sección denominada *Página 2*; luego continúan *Sociedad*, *La Provincia*, *Escenario*, *Policiales*, *Ovación*, *Buzón*, *Clasificados*, *Necrológicas/Sociales*, *Entretenimientos y Servicios*. Los sábados el cuerpo del diario tiene 28 páginas, además de un suplemento diferenciado de 12 páginas destinado a avisos clasificados llamado *OportUNO*.

Los primeros días de junio de 2019 *UNO Entre Ríos* cambió su diseño web limpiando su encabezado para una mejor visibilización de la marca. Las secciones que la secundaban ahora integran el menú que se despliega a la izquierda de la pantalla, donde se incluyen todas las secciones. Estas son: *La Provincia*, destinada a la actualidad de la capital entrerriana así como, en menor medida, de otras localidades provinciales; *Policiales*, donde se incluyen noticias sobre delitos, accidentes de tránsito, resoluciones judiciales; *Ovación*, sección encargada de difundir el deporte provincial, nacional e internacional en sus diferentes disciplinas; *Ovación Extreme*, destinada a los deportes extremos; *UNO TV*, donde mediante la utilización de recursos audiovisuales se realizan entrevistas, editoriales, o breves notas informativas; *Escenario*, sección dedicada a la cultura local y provincial; *Show*, enfocada en el mundo del espectáculo fundamentalmente nacional e internacional; *Miradas*, sección destinada a las notas de opinión que se realizan desde el staff periodístico; *A un click*, donde se incluye el horóscopo, noticias virales, notas de color, tecnología, entre otras; *El País*, que refleja noticias de interés general de distintos puntos de Argentina; *El Mundo*, encargada de las noticias políticas y económicas a nivel internacional; *Economía*, noticias de este sector en nuestro país; y por último la sección que aquí nos interesa, *UNO en la Calle*, espacio para el desarrollo del periodismo ciudadano.

I.d. El Litoral

El Litoral nació en la capital de la provincia de Santa Fe en 1918. De la mano de Salvador Caputto, acompañado por Pedro Vittori, el vespertino supo consolidarse en años en los que surgían muchos periódicos pero pocos sobrevivían. Leer *El Litoral*, sin embargo, pasó a formar parte de la vida cotidiana del santafesino, transformándose en un medio hegemónico en el ámbito de la prensa gráfica.

En 1997 la directiva del medio se sumó a la pantalla chica mediante el canal *Cable & Diario*, al tiempo que también se abrió su portal online *www.ellitoral.com*, conformando así el multimedios *El Litoral SRL*.

Diario UNO Santa Fe, competencia directa de *El Litoral* desde su desembarco en la capital santafesina en 2005, decidió publicar por última vez su versión en papel el 31 de marzo de 2017 para enfocarse solamente en el canal digital. La crisis económica, y la caída en las ventas surgen como principales factores para la decisión del Grupo Vila-Manzano. Sin embargo, y casi como respuesta directa a la decisión de *UNO*, *El Litoral* comenzó a salir a la calle no sólo en su habitual edición vespertina, sino que también, desde el 6 de mayo de 2017, en su versión matutina.

En 2009 *El Litoral SRL* se asoció con la empresa *Artes Gráficas Ríoplatenses* (hoy *Arte Gráfico Editorial Argentino*), propiedad del Grupo Clarín, para inaugurar una moderna planta gráfica en el Parque Industrial de Sauce Viejo. En las instalaciones de *Artes Gráficas del Litoral* se editan las publicaciones en papel de *El Litoral*, *Mirador Provincial*, *Campo Litoral*, *Diario Castellanos* de Rafaela, *El Observador del Litoral* de Crespo, además de las producciones del Grupo Clarín que se distribuyen desde el centro al norte del país (*Diario Clarín*, *Diario Olé*, entre otras). En aquel momento, desde la redacción de *El Litoral* destacaban que “la moderna planta impresora podrá grabar hasta 75 mil ejemplares por hora, 96 páginas, ‘full color’. A las tres torres de impresión, la ‘Gross Uniliner’, añade un módulo que dobla, refila (recorta) y abrocha ejemplares según las necesidades de cada caso”³.

3 <https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2009/02/15/economia1/ECON-01.html>

Además desde esta planta se imprimen proyectos editoriales y comerciales para clientes externos.

Desde 2016 Nahuel Caputto, descendiente de la familia fundadora y hasta ese momento socio minoritario, se había convertido en el mayor accionista de la empresa, transformándose así en uno de los empresarios de medios más importantes de Santa Fe y la región. En 2018 se acentuó este status cuando se hizo cargo de *El Diario* de Paraná, en tanto entre fines de ese año y los primeros meses de 2019 selló la compra, junto a un grupo empresario, del paquete accionario del diario *La Capital* de Rosario que tenía *UNO Multimedios*.

El Litoral se caracterizó históricamente por ser un diario dirigido a las clases media y alta de la sociedad santafesina, y manteniendo una buena relación con las instituciones y el poder político. Igualmente el medio supo adaptarse a los cambios sociales para no perder popularidad. Actualmente su publicación en formato tabloide hace fuerte hincapié en la política y economía nacional y regional, pero también ocupa buena parte de su publicación en noticias deportivas.

Por estos días *El Litoral Mañana* tiene un costo de \$30 en sus ediciones de lunes a viernes, en tanto los domingos su precio es de \$35. En los días hábiles de la semana el matutino cuenta con un cuerpo principal de 48 páginas donde encontramos las secciones *En Foco; Política & Economía; Área Metropolitana; Región; Sucesos; Opinión; Lectores; Aldea Global; Escenario & sociedad; Deportes; Fúnebres; Clasificados y Servicios*. Los viernes se incorporan los suplementos *Pasión Liga* (suplemento de deportes orientado a la actividad de la Liga Santafesina de Fútbol); y *Viví Mejor* (suplemento de salud), completando así 80 páginas. A esto se suman la revista *Rumbos* y el suplemento *Tecno*. La edición dominical cuenta con 56 páginas en su cuerpo principal, aunque los anuncios clasificados se editan en un suplemento aparte (Guía de clasificados). También se incluyen las publicaciones *Mirá* (destinado a chicos y jóvenes en edad escolar) y *Litoralmente* (entretenimientos, pasatiempos, crucigramas), totalizando 88 páginas.

El tradicional vespertino tiene un costo de \$30 de lunes a viernes, en tanto los sábados y domingos es de \$35. De lunes a jueves el cuerpo consta de 48 páginas, los viernes suma 56 mientras que los sábados completa 88 páginas. Este día se incluyen los suplementos *Campo Litoral* y *Semana en noticias*. Por último, los domingos tiene 72 páginas.

Más allá de ser un medio históricamente conservador, *El Litoral* ha sabido adaptarse a los cambios en la sociedad santafesina, jerarquizando sustancialmente las noticias del ámbito local y regional, un correcto trato de las fotografías, y también actualizando su imagen desde el punto de vista del diseño.

El pasado 1° de agosto de 2018 el sitio web renovó su imagen, con motivo de las estrategias adoptadas al cumplir los 100 años de su primera publicación en versión papel. El encabezamiento está compuesto por el logotipo del diario sobre fondo blanco, continuado por los vínculos a los temas más importantes del día. A la izquierda se puede desplegar el menú de las diferentes secciones: *Todos los Títulos*, para hacer referencia a las publicaciones del día; *Área Metropolitana*, donde se incluyen noticias que abarquen los territorios de la capital provincial, las localidades de Recreo, Arroyo Leyes, Santo Tomé y zonas aledañas; *Sucesos*, destinada a notas policiales; *Deportes*, noticias del ámbito deportivo; *Política/Economía*, del ámbito provincial, nacional e internacional; *Filtrado*, donde se encuentran notas de opinión y de color referentes a distintas temáticas; *Actualidad Sabalera* y *Actualidad Tatengue*, donde se sigue el día a día de los dos clubes de fútbol más importantes de la ciudad; *Multimedia*, sección destinada a galerías de imágenes de distintos hechos; y *Ranking de Noticias* para referenciar los artículos más leídos por los usuarios de la web. Luego se presentan las posibilidades de acceder a la edición impresa o ediciones anteriores del diario, además de las noticias necrológicas y los clasificados.

A continuación el menú nos acerca las opciones de *Periodismo Ciudadano*; *Participación*; *Servicios*; *Clima*; y un reproductor de radios en vivo. Sobre el final del menú podemos encontrar los links a las páginas web de

otros productos del multimedia *El Litoral SRL* (el canal de televisión *Cable&Diario*, los suplementos *Campo Litoral* y *Mirador Provincial* que se distribuyen con el diario *Clarín*; la revista *Nosotros*; entre otros. Además incluye en esta barra las diferentes opciones para enviar mensajes e interactuar con el diario, como así también los links a sus diferentes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp. También podemos encontrar la opción para recibir “alertas” de parte del sitio. A lo largo de la página podemos encontrar, además de las noticias actualizadas, el desarrollo de las diferentes secciones ya nombradas.

Al momento del lanzamiento del renovado *www.ellitoral.com*, desde la propia web afirmaban que “el nuevo sitio apunta a mejorar la experiencia para el usuario. Más rápido, adaptado a dispositivos móviles y con mayor interacción a redes sociales”⁴. Según esta misma nota, promediando el 2018 se registraron 4.600.000 sesiones únicas y más de 14 millones de visitas a la web de *El Litoral*, mientras que los registros mediante redes sociales superaban los 340.000 usuarios.

I.e. ¿Por qué estos medios?

La elección de estas plataformas se justifica porque ambas tienen y han demostrado un desarrollo sostenido en el tiempo, fundamentado en su constante actualización y el trabajo reflejado en el desarrollo de los artículos publicados, como así también en las visitas⁵. La suma de estos factores ponen a estas dos plataformas digitales un paso por delante de otros medios tradicionales de la región.

Como vemos, el avance y los cambios que desarrolla el soporte digital, relativamente nuevo en comparación con otros medios masivos, son

4 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/175763-la-web-de-el-litoral-estrena-diseno-un-siglo-de-periodismo-un-siglo-de-periodismo.html

5 Si tomamos a Facebook como referencia cuantitativa, Aire de Santa Fe es el medio que más likes tiene en esta red social (339.056), seguido por Canal 9 Litoral (289.427), Diario UNO Santa Fe (275.841), Diario UNO Entre Ríos (271.614) y Diario El Litoral (210.730), muy por encima de Elonce.com (135.134), Radio La Voz (28.313), El Diario de Paraná (19.477) y Análisis Digital (8.166). Datos registrados al 14 de agosto de 2019.

constantes e incluso a veces impredecibles. A ello también podemos agregar que según estudios recientes⁶ la población que lee los diarios por Internet aumentó del 25% al 30% entre 2013 y 2017, mientras que las audiencias de los medios radiofónicos han disminuido (17%) como así también los lectores de diario en papel (del 73% al 57%) en el mismo período. Por esto es que este trabajo pretende contribuir a las investigaciones sobre medios digitales y la creciente participación ciudadana, que no son frecuentes. Asimismo, el seguimiento por parte de la academia, planes de estudio y carreras se hace difícil dada la inmediatez y la frecuencia de los cambios en la comunicación digital y los avances tecnológicos.

Los problemas económicos, acompañados por la falta de credibilidad y el avance de medios independientes, son factores fundamentales a la hora de pensar en la caída del público en los medios tradicionales, que ya no logran la rentabilidad de otros tiempos. Aquí también juegan su papel los actores sociales, quienes pueden sumar al descrédito y la falta de confianza en el periodismo. Si los actores sociales no encuentran su lugar en los medios tradicionales, se puede agravar la crisis y aumentar la falta de credibilidad. Caso contrario, puede recuperar el lugar que ocupaba como “medio” entre el poder y la gente (Cytrynblum, 2009).

Justamente este análisis abre paso a una de las causas más importantes que motivan este trabajo: el rol del periodista profesional en el futuro. Creemos importante pensar, reflexionar, conocer, investigar hacia dónde va la comunicación y qué función cumple en ella el periodista, y qué función cumple el usuario. ¿Está en riesgo la profesión? ¿Cualquiera puede hacer periodismo? Claro está que por ser un tema tan amplio como complejo, no pretenderemos aquí resolver estas cuestiones, si es que tienen resolución alguna, sino que guiados por esto y aprovechando la instancia de tesis buscaremos aportar al conocimiento haciendo foco en dos medios regionales.

También propondremos el diálogo con otras investigaciones que respondan a nuestras inquietudes, como por ejemplo el análisis de Alejandro

6 Media Owner Monitor Argentina (2019). Cómo consumimos los medios los argentinos. Disponible en: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/el-consumo-de-medios-de-los-argentinos-en-5-infografias>

Rost (2006) respecto a la interactividad en los sitios digitales www.elpais.es, el www.mundo.es, www.clarin.com y www.lanacionline.com, como así también se pondrán en consideración las investigaciones realizadas por Fabián Bergero, Sebastián Espiño y Lieza Solaro (Rost y Bergero, 2012), y los análisis que compila Elvira García de Torres (2011) respecto a los medios digitales en Argentina, España, Colombia y Venezuela.

Para el corpus a analizar durante el presente trabajo se optó por tomar todas las publicaciones realizadas en las secciones **#UNOEnLaCalle** de *Diario UNO Entre Ríos* y **Periodismo Ciudadano** del diario *El Litoral* de Santa Fe, a partir del 9 de septiembre de 2016 y hasta el 28 de mayo de 2019. Esta elección no es arbitraria, sino que en la fecha inicial se realizó la primera publicación que figura en el archivo digital de www.unoentrierios.com.ar. El total de publicaciones en esta sección asciende a 199, en tanto durante el mismo período, www.ellitoral.com subió 276 noticias.

Claro que el registro y análisis de más de 450 noticias no conforman un material suficiente para contestar algunas de las preguntas que nos planteamos en un comienzo, ni las que fueron surgiendo en el camino. Pero esperamos puedan ser una contribución para discutir un tema hasta ahora poco abordado desde la investigación, y poco desarrollado desde la práctica en los medios de la región.

Capítulo II

Conceptos fundamentales para el periodismo ciudadano

Teniendo en cuenta que el presente trabajo buscará comparar, caracterizar y reflejar las formas de participación ciudadana en dos medios de la región, será necesario articular algunos ejes conceptuales que parten desde distintas perspectivas teóricas, y desde los cuales se interpretará el corpus.

En primer término, Chantal Mouffe (1999) dice que desde una visión liberal la **ciudadanía** es la capacidad que cada uno tiene de alcanzar lo que considera el bien. Mediante sus derechos los ciudadanos desarrollan sus intereses propios sin sobrepasar los límites que imponen el respeto a los derechos ajenos.

Asimismo la ciudadanía debería ser considerada como una forma de identificación política que debe ser construida bajo ciertas reglas y valores ético-políticos que los mantienen unidos, más allá de las diferencias en sus concepciones y finalidades.

En esta línea, Zygmunt Bauman (2006) afirma que el ciudadano es aquel que, mediante el bienestar de su ciudad, no procura más que alcanzar el propio. Dicho de otra forma, el espacio público se somete a las

preocupaciones e inquietudes del espacio privado. Es decir, el ciudadano refleja y actúa en público desde sus objetivos y preocupaciones personal.

La ciudadanía tiene como forma de actuar a la comunicación, derecho fundamental que le permite accionar, cambiar e influir en una sociedad cada vez más desigual. La mirada ciudadana, más allá de los dispositivos, debe enfocarse en la comunicación como acciones definidas por el lenguaje utilizado, y no sólo intervenidas por la tecnología, sino también por los sujetos, el contexto, las influencias y el bagaje histórico, que en definitiva constituyen el sentido de nuestra acción.

En este marco, el rol de servicio del periodista fortalece la democracia y colabora en una ciudadanía más participativa. Así, los medios de comunicación logran aumentar su alcance y su credibilidad. Estos tienen la capacidad de instalar agenda y, además, de promover o no la participación del usuario. Desde éste último punto es de donde tienen la expectativa de aumentar su credibilidad, fortaleciendo la contribución ciudadana como actor de la democracia. Desde su función social el periodismo tiene en sus manos la posibilidad de vincularse con el ciudadano y generar un sentimiento de pertenencia a la comunidad.

En el mundo digital estas sociedades pueden en muchas ocasiones ser fugaces debido a sus cambios de interés o a identidades que no necesariamente son verdaderas. A pesar de ser efímeras, estas comunidades constituyen una red social más, donde la interacción on-line muchas veces no se corresponde con el contacto físico, y donde el tema define hasta dónde llega la interacción. De esta forma Internet se conforma como un medio esencial a la hora de construir movimientos culturales comunicando valores y llegando a las personas que los comparten para que puedan relacionarse en comunidades afines. Activistas sociales encontraron allí lugares donde fomentar la participación de la ciudadanía reforzando conceptos democráticos.

Para referirnos al sujeto destinatario del proceso de comunicación, en este trabajo tomaremos el mencionado concepto de **usuario**,

término que en el ámbito de la Web 2.0 surge a partir de un individuo que participa activamente de la comunicación. María Chehín (2010) lo define como un sujeto que además de participar como espectador, televidente, lector, radioescucha, o consumidor, también protagoniza desde el rol de productor y distribuidor de contenidos. De allí que la diferencia sustancial entre la audiencia y el usuario sea que este último interviene materialmente en el objeto de la comunicación.

El usuario es el destinatario de una de las puertas más grandes que abren las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los primeros años de la World Wide Web, se caracterizaban por incluir sitios de contenidos donde preponderaba lo textual, estáticos, con temas similares para todos los usuarios y con escasa oportunidad de participación. Al respecto, Luis Alfonso Albornoz (2007) afirma que a lo largo de los años los usuarios de los medios no han tenido muchas oportunidades de participación, y que tampoco han sido alentadas por el propio medio. En esta línea, los avances tecnológicos y la llegada de Internet a muchos hogares han favorecido la interacción y la participación de la audiencia en los medios de comunicación. La presencia en el soporte digital brinda nuevas oportunidades para terminar con la comunicación unidireccional de los medios de comunicación tradicionales.

Pero pese al cambio en el soporte comunicacional, el esquema emisor-receptor continuaba vigente en la primera generación de la World Wide Web. Sin embargo, Leandro Zanoni (2008), periodista especializado en medios digitales, sostiene que en la actualidad el usuario se transforma en el verdadero protagonista de Internet. El usuario es quien produce y consume diferentes tipos de contenidos como textos, fotografías, audios, videos, etcétera, además de producir nuevas relaciones sociales mediante los medios. Esto constituye a los usuarios como una herramienta jerarquizadora y generadora de contenidos, parte fundamental de la denominada Web 2.0. Estas apreciaciones abren otro interrogante: ¿en qué posición se encuentra el usuario respecto a los medios digitales y a sus periodistas?

Igarza (2008) va más allá cuando relaciona al usuario, como partícipe directo de la obra, con la creación autoral y la interactividad. El usuario-lector construye la navegación a su paso, a diferencia de las estructuras que sostienen los medios tradicionales. En este sentido Víctor Gil y Felipe Romero (2008) insisten en la posibilidad que han ganado los usuarios para organizarse, relacionarse y comunicarse en este entorno. Estos autores sostienen que el cambio principal no se da exclusivamente en lo tecnológico sino que se da también en el enfoque de los productores del medio y en el uso por parte de los lectores.

La variedad de posibilidades a la hora de participar en los medios de comunicación han dado paso al nuevo término de prosumer, es decir, un consumidor-productor, un lector con posibilidades de participar, colaborar e interactuar en el proceso comunicativo o periodístico. Como afirma Abellán Fernández “nos enfrentamos a usuarios que actúan como canales de comunicación humanos que, son consumidores a la vez que productores de contenidos de las marcas”(Abellán Fernández, 2012: 112).

Los **espacios de intervención y participación** brindan al lector, en cuanto sujeto activo del proceso de comunicación, la posibilidad de hacer diferentes usos de las potencialidades que los medios les brindan de participar, poniendo en cuestión no tanto el determinismo tecnológico sino su propio bagaje sociocultural e histórico. Natalia Raimondo Anselmino caracteriza a los primeros como “sectores del diario que de algún modo se encuentran “intervenidos” o “penetrados” por la actividad del lector, a partir de algún tipo de acción por él ejecutada que a dejado una huella en la interfaz del periódico”. Mientras tanto, los espacios de participación son aquellos “donde el lector puede manifestarse discursivamente produciendo enunciados” (Raimondo Anselmino, 2012: 118).

Para definir lo que entendemos por **periodismo ciudadano** o participativo debemos retrotraernos a su predecesor, el denominado periodismo cívico o public journalism, como lo definen el filósofo estadou-

nidense John Dewey y el profesor de periodismo Jay Rosen (citados en Álvarez Teijeiro, 1999), por ejemplo. Para estos autores, ambos formatos periodísticos incentivan la participación del lector, aunque el periodismo cívico lo hace por medio de encuestas, consultas, sesiones de grupo, intentando distinguir las reacciones de su público frente a las diferentes noticias. En cambio el periodismo participativo no registra un control tan fuerte de parte de los medios. Este surge a partir de las oportunidades que otorga el avance tecnológico en el acceso y uso de diferentes plataformas y medios de comunicación, y a partir de ellos la recepción y elaboración de contenidos. Desde los foros o grupos de discusión, pasando por los blogs y las redes sociales, la participación ciudadana ha ido en aumento gracias a Internet, las plataformas digitales y los medios de comunicación móviles.

Shayne Bowman y Chris Willis (2003) definen al periodismo participativo como el accionar de un ciudadano, o un grupo de ellos, que colecta, denuncia, analiza y disemina información para aportar conocimientos de forma independiente y confiable, que sea relevante como una democracia lo requiere. También distinguen entre el periodismo participativo y el periodismo cívico, donde afirman que éste último mantiene un alto grado de control por parte de las organizaciones de noticias, sosteniendo temas muy amplios y dejando de lado el día a día de sus audiencias. Estos autores aseguran que:

(...) la semilla desde la cual crece el periodismo cívico es el diálogo y la conversación, característicos también del periodismo participativo. En este, no obstante, no existe organización central noticiosa que controle el intercambio de información. La conversación es el mecanismo que transforma los roles tradicionales del periodismo y crea una ética dinámica e igualitaria de dar y recibir (Bowman y Willis, 2003: 9).

Al respecto Roberto Igarza afirma que el periodismo participativo, o “periodismo 3.0” es un acto de ciudadanía, de allí que también se lo conozca como periodismo ciudadano:

Básicamente, consiste en participar en la recopilación, análisis y difusión de información a través de Internet. En el proceso participativo no existen intervenciones periodísticas formales, intervenciones institucionales o administrativas. Es una construcción participativa cuyo resultado, siempre provisional, surge de muchas conversaciones simultáneas y distribuidas que florecen, declinan o se atrofian según el interés social (Igarza, 2008: 197).

En articulación con la definición de periodismo ciudadano, Alejandro Rost (2011) esboza el concepto de **reporterismo ciudadano** para referirse a las opciones de interacción que proporcionan los medios periodísticos para invitar a los ciudadanos a tomar información y enviarla a las redacciones en diferentes formatos, por ejemplo en textos, videos o fotos, que luego serán o no editadas por los trabajadores de prensa.

Esta definición muestra nuevamente que el lector dejó de ser simplemente un consumidor de información para también participar en la producción de la comunicación de noticias, adoptando un rol activo en la gestión de contenidos según sus propios intereses y necesidades. Esta transformación no sería posible sin las herramientas que brinda la web para la producción, el acceso, la selección y la distribución de contenidos a través de redes sociales, o en el caso que estamos analizando, páginas web de medios de comunicación.

El ciudadano como reportero tiene la posibilidad de generar contenido sobre situaciones o espacios que están a su alcance. El desarrollo tecnológico generó las mejores herramientas para alcanzar una identidad local, donde las imágenes reflejan un ser individual o colectivo que construye el significado social.

Los medios entendieron esto estableciendo espacios específicos para el reporterismo ciudadano, de la participación del usuario como generador de noticias locales.

Alejandro Rost incorpora al reporterismo ciudadano como una de las opciones interactivas nuevas para los sitios de noticias a la hora de hablar de espacios compartidos de participación asincrónica, junto con

los blogs y los comentarios debajo de cada noticia.

Esta etapa comienza promediando la primera década del nuevo milenio, con hito fundamental lo sucedido durante el atentado del 7 de julio de 2005 en Londres, donde miles de usuarios aportaron fotos, videos y testimonios que ayudaron a dilucidar lo que estaba ocurriendo. Alejandro Rost destaca que esta corriente también tiene sus límites: “Los editores de sitios ciudadanos destacan el valor de este tipo de reporterismo para proveer información local que no se encuentra en otros lugares, crear oportunidades para el diálogo, complementar medios de noticias locales y construir conexiones en la comunidad” (Irigaray, 2010: 104).

Igualmente el ciudadano que toma esta labor de reportero lo hace de una forma incompleta, carente de estructura y rigor periodístico, escasa de fuentes y con una mirada muy subjetiva. De allí que el rol adoptado por el reporterismo ciudadano sea el de complementar el trabajo del periodista profesional, en noticias sencillas a las que pueda acceder de primera mano, sin necesidad de consultar con fuentes a las que probablemente no tendrá acceso, y en temas que no seas sensibles a los intereses de los dueños del medio.

Elvira García de Torres (2011) habla de **Contenido Generado por el Usuario** para referirse a publicaciones creativas creadas fuera del ámbito profesional, pero que cualquier persona puede hacer para contribuir al periodismo rentado:

“Si bien no en todas las contribuciones de los usuarios podemos hallar el mismo alcance, esfuerzo creativo y relación con los espacios profesionales, puede considerarse CGU toda aportación pública del usuario que no constituya una copia, ni un modo de vida (profesionalización), así como cualquier elaboración de contenidos tradicionales que se base en las aportaciones de los usuarios” (García de Torres, 2011: 59).

La autora hace hincapié en el esfuerzo creativo que implica la generación de contenidos por parte del usuario, la noticia no solicitada y la

función vigilante del usuario, partiendo de una base que implica la jerarquización de las noticias. Sin embargo, estos espacios aun se encuentran muy limitados en la web.

La variedad de posibilidades a la hora de participar en los medios de comunicación han dado paso al nuevo término de prosumer, es decir, un consumidor-productor, un lector con posibilidades de participar, colaborar e interactuar en el proceso comunicativo o periodístico. Como afirma Abellán Fernández (2012) los usuarios se comportan como canales de comunicación humanos, consumen y producen a la vez los contenidos de las marcas.

En este sentido, una de las tareas más importantes de los estudiosos de la comunicación y de los medios masivos fue la investigación sobre las audiencias y los efectos que los mensajes tenían sobre ella. Su desarrollo más significativo sobrevino de la escuela americana o Mass Communication Research, cuyas teorías partieron en primer término de considerar al receptor como un sujeto pasivo de la comunicación, capaz de ser influenciado directamente por los medios destinados a configurar sus actitudes y conductas. Luego nacieron las teorías que destacaban al receptor como un sujeto activo, capaz de usar a los medios para satisfacer necesidades. Entre estas corrientes se encuentra la **teoría de los usos y gratificaciones** que pasó de cuestionar qué hacían los medios con la gente, a pensar qué hacía la gente con los medios, teniendo en cuenta el contexto cultural en donde la audiencia está inserta.

En su libro Modelos para el estudio de la comunicación colectiva los autores Denis McQuail y Sven Windahl (1984) sostienen que son las necesidades básicas del individuo las que determinan cómo se utilizan los medios, para luego concluir que las decisiones del sujeto de usar o no el contenido de los medios dependerá de los atributos individuales, las expectativas, la percepción de los medios y en qué medida accedemos a ellos.

Pese a los diversos factores que marcan cierta distancia entre el

comunicador colectivo y su audiencia, estos autores presentan tres modelos de relaciones entre estos actores, a los que distingue como: un modelo de dominación; un modelo autista; y un modelo de equilibrio/intercambio. Este último, el que para el presente trabajo más nos interesa, se sostiene en las motivaciones que tiene un individuo de vincularse con otros. Este modelo pretende responder a las necesidades, intereses y reacciones de la audiencia.

En este sentido Walter Gieber y Walter Johnson (citados en McQuail y Windahl, 1984) presentan tres posibles formas de relacionarse entre el comunicador y sus fuentes. El primer tipo de relación se da dentro de diferentes marcos de referencia, desde el punto de vista de las funciones y las percepciones de los roles sociales que ocupan. El segundo tipo de relación es más cooperativo ya que comparten valores y objetivos comunes, en tanto que en la tercera versión la distinción entre los roles y los valores se hace más difusa, los marcos de referencia son absorbidos por el otro.

En 1974 Elihu Katz, Jay Blumler y Michael Gurevitch establecieron los objetivos de la teoría de usos y gratificaciones para explicar cómo la gente utiliza los medios en base a sus necesidades, para entender el comportamiento mediático y para identificar funciones y consecuencias derivadas de las necesidades, motivos y conductas. Dichas actitudes implican la elección y utilización de los medios como vehículos de comunicación, y que a la postre tendrán consecuencias tanto para el usuario como para la sociedad. Las teorías descriptas reflejan que el discurso, como proceso de codificación y decodificación, se da en un contexto de emisión y en otro de recepción influidos por distintas predisposiciones y filtros.

Los ya nombrados Katz y Gurevitch, junto a Hadassah Haas (1973), incluyeron entre las necesidades más importantes a satisfacer al refuerzo de la comprensión de uno mismo, de los amigos y de la sociedad; el refuerzo del estatus en ésta última, además de las necesidades de favorecer el contacto con amigos, familia, o la misma sociedad. Por otra par-

te Denis McQuail, Jay Blumler y Joseph Brown (1972) identificaron a la diversión, las relaciones personales, la identidad personal, y la vigilancia como las motivaciones que promueven la interacción entre los medios y la audiencia, en ese caso analizando el consumo televisivo.

Acercando esta teoría a la contemporaneidad, Thomas Ruggiero (2000) toma a los Usos y Gratificaciones como una forma de entender el suceso de la comunicación a través de medios digitales mediante La interactividad y la hipertextualidad entendiendo a la comunicación en Internet como asincrónica y con objetivos muy diversos, además de gran cantidad de variantes a la hora de que el usuario pueda brindar una respuesta. Estas posibilidades pueden generar nuevos grupos sociales virtuales más especializados que busquen satisfacer una determinada necesidad.

Miguel de Moragas Spá (2011) hace hincapié en dos hipótesis básicas de la teoría de usos y gratificaciones. La primera afirma que algunas de las necesidades que satisfacen los medios pueden ser también satisfechas por otras instituciones, culturales o mediáticas, y viceversa. Pero la segunda hipótesis que plantea este autor resulta aún más interesante: allí sostiene que el público, como sujeto activo, hace uso de los medios para conseguir objetivos como diversión, notoriedad, conocimiento, compañía. Por eso elige unos medios por sobre otros, y estos se adaptan y compiten para satisfacer esas necesidades y captar al usuario.

Para esta tesis tomamos a “uso” no en términos de qué hace el usuario con el mensaje que recibe de un medio, sino a cómo utiliza a este medio para divulgar su propio mensaje.

A partir de estas ideas intentaremos determinar qué necesidades buscan satisfacer los ciudadanos que envían sus imágenes, videos y comentarios a los sitios digitales de UNO Entre Ríos y El Litoral de Santa Fe. Pero, para establecer qué tipo de información envían los usuarios a estos medios, primero deberemos definir algunos conceptos respecto a las noticias. La actividad periodística se caracteriza por relatar sucesos

que en su esencia generalmente son malas noticias, aunque también en ocasiones podremos encontrar hechos curiosos, que salen de lo habitual. Este tipo de noticias suelen tener un lugar privilegiado en los medios de comunicación ya que son las que generan mayor interés en los lectores. El **periodismo de sucesos** suele apuntar a hechos muy puntuales, generalmente relacionados a homicidios, delitos, incendios, accidentes de tránsito o catástrofes naturales, es decir, hechos que conciernen al interés humano y que van en contra de sus derechos o leyes y que salen de la normalidad. Quedan de lado aquí generalmente las noticias deportivas, culturales o estrictamente judiciales.

El **discurso** produce sentido mediante la circulación entre las condiciones de producción y de reconocimiento de ese discurso. Para entender cómo se relacionan los discursos con estas condiciones debemos partir de lo que Eliseo Verón (1993) llama gramáticas de producción y gramáticas de reconocimiento. Para ello primero tenemos que distinguir el dispositivo de enunciación donde se produce el discurso. Este dispositivo de enunciación se compone de “el enunciador”, aquel que habla; “el destinatario”, a quien se dirige el discurso; y la relación entre enunciador y destinatario que se propone en el discurso y a través de este.

Para analizar el discurso de las secciones de periodismo ciudadano de UNO Entre Ríos y El Litoral tomaremos como referencia el dispositivo de enunciación que Verón llama contrato de lectura: “El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato.” (Verón, 1985: parr. 13) Luego el semiólogo argentino continúa:

La primera cuestión es saber por cuáles mecanismos y en qué nivel de funcionamiento del discurso de un soporte de prensa se construye el contrato de lectura.

La respuesta nos la da la teoría de la enunciación, que es sin lugar a

dudas, el desarrollo más importante en las ciencias del lenguaje en estos últimos años.(5) Se trata, primeramente, de distinguir, en el funcionamiento de cualquier discurso, dos niveles: el enunciado y la enunciación. El nivel del enunciado es aquel de lo que se dice (en una aproximación gruesa, el nivel del enunciado corresponde al orden del “contenido”); el nivel de la enunciación concierne a las modalidades del decir. Por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una cierta imagen de aquél a quien se habla (el destinatario) y en consecuencia, un nexo entre estos “lugares”. (Verón, 1985: parr. 17 y 18)

El análisis parte entonces desde los modos de enunciación y de las estrategias discursivas que emplean estos medios para construir su personalidad, a sus destinatarios, y por supuesto la forma de vincularse con ellos.

El **contrato de lectura** que plantea el discurso, y en este caso los medios digitales a investigar, se compone de las distintas estructuras enunciativas que desarrollan un determinado contenido. El análisis de este contrato propuesto por el medio nos permitirá destacar las dimensiones que conforman el nexo particular entre éste y sus lectores, y no sólo el argumento expuesto en su soporte. Verón insiste que no son sólo los contenidos los que abarcan la lectura, sino que también influye la estructura enunciativa donde alguien habla y alguien es propuesto como destinatario. Esto no quiere decir que no tenga importancia el contenido de la enunciación, sino que este es tan sólo una parte del funcionamiento del contrato de lectura.

Pero para estudiar los discursos también nos valdremos de la noción de **polifonía discursiva**, bajo la premisa de que en todo discurso circulan múltiples voces. Como dijera Mijail Bajtin,

(...)todo hablante es de por sí contestatario, en mayor o menor medida: él no es un primer hablante, quien haya interrumpido por vez primera el eterno silencio del universo, y él no únicamente presupone la existencia del sistema de la lengua que utiliza, sino que cuenta con la presencia de ciertos enunciados anteriores, suyos y ajeno, con las cua-

les su enunciado determinado establece toda suerte de relaciones (se apoya en ellos, problemiza con ellos, o simplemente los supone conocidos por su oyente.) Todo enunciado es un eslabón en la cadena, muy complejamente organizada, de otros enunciados (Bajtin, 1995: 258).

De esta forma podemos pensar el dispositivo de enunciación de los medios de comunicación como una coenunciación, que se gesta y funciona a través de una red interdiscursiva atravesada por diferentes estructuras enunciativas correspondientes a cada enunciador que produce su discurso desde diferentes campos y donde se posiciona a sí mismo y al destinatario. Es decir, el discurso no se estudia en el enunciado por sí mismo, sino en la red interdiscursiva que compone y donde se distinguen las diferencias entre los discursos que la componen. Verón afirma que “tanto entre las condiciones de producción como entre las de reconocimiento de un discurso, hay otros discursos. En realidad, puede decirse que todo discurso producido constituye un fenómeno de reconocimiento de los discursos que forman parte de sus condiciones de producción” (Verón, 2004: 54).

Para analizar cuáles son las condiciones de producción o reconocimiento de los discursos debemos identificar las **huellas en el discurso** que estas condiciones dejan en el corpus pero que no forman parte directamente de este. Y en este caso, el del periodismo ciudadano, encontramos huellas que nos permiten identificar diferentes y heterogéneas voces distintas a la del sujeto enunciador. Encontramos marcas como comillas, destacados en negritas o sombreados que diferencian la voz del enunciador respecto de las otras que componen el discurso y que se destacan como la estrategia enunciativa del medio. Este tipo de marcas habitualmente referencian a un discurso directo, indirecto, indirecto libre o a funciones enfáticas o conativas del mensaje, por ejemplo.

Como afirma Eliseo Verón en *La Semiosis Social*:

En la medida en que siempre otros textos forman parte de las condiciones de producción de un texto o de un conjunto textual dado, todo

proceso de producción de un texto es, de hecho, un fenómeno de reconocimiento. E inversamente, un conjunto de efectos de sentido, expresado como gramática de reconocimiento, sólo puede manifestarse bajo la forma de uno o varios textos producidos. En la red infinita de la semiosis, toda gramática de producción puede examinarse como resultado de determinadas condiciones de reconocimiento; y una gramática de reconocimiento sólo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción: he ahí la forma de la red de la 'producción textual en la historia. La palabra "determinado" resulta decisiva en este contexto, porque estas gramáticas no expresan propiedades "en sí" de los textos; intentan representar las relaciones de un texto o de un conjunto de textos con su "más allá", con su sistema productivo (social). (Verón, 1993: 130)

Es en este juego interdiscursivo es donde se construye la **identidad**, la representación que, según Stuart Hall, el sujeto asume conociendo que esta "siempre se construye a través de una <<falta>>, una división, desde el lugar del Otro, y por eso nunca puede ser adecuada —idéntica— a los procesos subjetivos investidos en ellas" (Hall, 1996: 21). Como continúa este autor,

Precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas. Por otra parte, emergen en el juego de modalidades específicas de poder y, por ello, son más un producto de la marcación de la diferencia y la exclusión que signo de una unidad idéntica y naturalmente constituida: una «identidad» en su significado tradicional (es decir, una mis-midad omniabarcativa, inconsútil y sin diferenciación interna). Sobre todo, y en contradicción directa con la forma como se las evoca constantemente, las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella. Esto implica la admisión radicalmente perturbadora de que el significado «positivo» de cualquier término —y con

ello su «identidad»— sólo puede construirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta, con lo que se ha denominado su afuera constitutivo.(Hall, 1996: 18)

Claro que el dispositivo de enunciación que aquí se analiza no es el de la prensa gráfica tradicional, sino que está atravesado por diferentes soportes y recursos provistos por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En este dispositivo confluyen propiedades que caracterizan a las nuevas formas de comunicación, a la hipertextualidad en relación con los lenguajes y los medios, a la suma del hipertexto con la multimedialidad. Esta conjunción de las dimensiones interactivas y digitales es una propiedad que atraviesa transversalmente las nuevas formas de comunicación. Carlos Scolari introduce el concepto de **hipermediación**, a la que define como “un proceso de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008: 113). Funciones hipertextuales, fotografías, videos, entre otros recursos se presentan también como herramientas para este

Pero al hablar de hipermediación este autor no refiere a la utilización de una mayor cantidad de medios, sino a la relación y a la trama de reenvíos y piezas híbridas que se articulan dentro de la comunicación digital y que convergen más allá de los medios tradicionales. Respecto a los receptores, Scolari afirma que:

del consumo activo, rebelde y contrahegemónico de las mediaciones entramos en otra dimensión donde el usuario colabora en la producción textual, la creación de enlaces y la jerarquización de la información.” Esta elevada interacción es otro de los rasgos pertinentes de las hipermediaciones: el mando a distancia neotelevisivo es, al joystick, como el manuscrito medieval a la Wikipedia. Si la teoría de las mediaciones nos hablaba de los medios masivos y de sus contaminaciones

con las culturas populares, las hipermediaciones construyen su mirada científica a partir de los nuevos espacios participativos de comunicación y de su irrupción en lo masivo. En este sentido se interesan más por estudiar las hibridaciones de lenguajes y la convergencia de medios que centrarse en un medio en particular (Scolari, 2008: 114-115).

El rol activo del receptor destacado en esta hipermediación comprende una continuidad de los procesos de interpretación que se ubican nuevamente en un primer plano de la comunicación.

Esta tesis de grado pretende ser un trabajo de investigación donde los enfoques cualitativos y cuantitativos se complementen a la hora de llegar a cumplir con los objetivos planteados en este proyecto. En primer término se realizará el registro documental de las publicaciones de las secciones **UNO en la calle** (www.unoentrierios.com.ar) y **Periodismo Ciudadano** (www.ellitoral.com) durante el período septiembre 2016/mayo 2019. Desde el enfoque cuantitativo, se buscará reflejar estadísticamente en qué aspectos y de qué forma se interesa el ciudadano a la hora de participar y aportar material en los medios analizados. Además se intentará establecer la cantidad de visitas que reciben estas secciones y comparar estos registros con otros apartados del diario digital. Por otra parte, desde el enfoque cualitativo, y en un carácter descriptivo, se intentará especificar características y propiedades del objeto de investigación, sin perder de vista la revisión bibliográfica que implica.

De la misma forma se registrarán los comentarios publicados por los usuarios en los casos en que se presenten, también como ámbito de intercambio y participación ciudadana. Además se realizarán entrevistas no estructuradas, abiertas, a los responsables de las mencionadas secciones de los sitios web www.unoentrierios.com.ar y www.ellitoral.com, como método de búsqueda de información novedosa, útil y de calidad.

A partir de la observación del corpus seleccionado, y del registro de los comentarios publicados, y de las entrevistas realizadas, se buscará analizar e interpretar los datos obtenidos a partir de los conceptos ya referen-

ciados, y en su transcurso definir las categorías, y variables que permitan alcanzar los objetivos planteados: identificar las temáticas en las que pretende participar el ciudadano; luego registrar las herramientas que brindan estos medios para favorecer la participación; por último analizar desde el discurso qué lugar ocupa el usuario en las piezas comunicacionales seleccionadas, cómo se interpela al público desde los títulos, conocer la existencia o no de figuras reiteradas en estos artículos, establecer la existencia o no de secuencias que reflejen un efecto sobre la agenda de la sección.

Capítulo III

Vigilancia, comunidad y comunicación. Las razones de los usuarios para participar en los medios

El usuario, en su condición de tal, tiene la posibilidad de elegir qué medio satisface mejor sus necesidades, sus gustos, y en cuáles puede exigir, proponer o tener iniciativas. Los grupos sociales tienen la posibilidad de presionar para usar los medios masivos como fuente de gratificación, para satisfacer necesidades. Por ejemplo, situaciones sociales de tensión y conflicto pueden ser liberadas tras exponerse en medios de comunicación; o concientizar a otros usuarios sobre determinados problemas para, de esta forma, buscar alternativas de solución. El aspecto social es entonces, transversal al proceso de comunicación usuario-medio, como posible solución de necesidades surgidas de la vigilancia, el intercambio cultural, la identidad social.

Cuando hablamos de las motivaciones que tienen los usuarios de hacer uso de las plataformas de periodismo ciudadano que los medios de comunicación ponen a disposición, podemos pensar en que los usuarios se enfocan en la vigilancia en el sentido de mantenerse informados acerca de cuestiones que lo podrían afectar, o bien para mantenerse conectados con su comunidad, a la vez que dispuestos a colaborar y comunicar para que se

cumplan las normas mediante las denuncias que realiza, sin dejar de lado los casos donde la diversión y la empatía son los protagonistas.

Denis McQuail, Jay Blumler y Joseph Brown (citado en Moragas Spá, 1985) definen al uso de los medios como un proceso interactivo, que relaciona el contenido de los medios con las necesidades, percepciones, papeles y valores individuales, y con el contexto social en el que una persona está situada. Podemos afirmar entonces que las gratificaciones del público son necesidades individuales que motivan hacia el uso de los medios.

Sin embargo, también existen necesidades que surgen de la vida cotidiana que también explican el uso de los medios: el transporte, la ciudad, la situación social, etc., lo que genera otros tipos de uso de los órganos de información. En la actualidad es el público quien toma la iniciativa de elegir qué formas de comunicación utilizar en base a sus necesidades, motivaciones y deseos.

Desde aquí es que nos preguntamos qué uso le están dando los usuarios a las secciones de periodismo ciudadano en *Diario UNO Entre Ríos* y *El Litoral* de Santa Fe.

Shayne Bowman y Chris Willis (2003) enumeran seis razones por las cuales las audiencias toman un papel participativo en los medios. Estas son: para ganar estatus o construir reputación en una comunidad; para crear conexiones con otras personas que tienen intereses similares en línea y fuera de ella; por sentido y entendimiento; para informar y ser informado; para entretener y ser entretenido; y por último, para crear. Claro está, y así también lo afirman estos autores, un individuo puede estar motivado por múltiples razones.

En la primera de ellas el usuario se ve motivado por el hecho de ver su ego alimentado, además de lograr el aumento de su capital social, de alcanzar la aprobación y el reconocimiento de sus pares. Sin embargo, según afirman Bowman y Willis, esta motivación se ve fundamentalmente reflejada en foros o sitios de opinión.

La creación de vínculos con otros individuos con intereses similares,

ya sea online o no, se sostiene en la necesidad de los usuarios de conectar con personas o comunidades que compartan sus mismos intereses, por más extravagantes que sean. A pesar de la ilimitada cantidad de temas que podemos encontrar en la web, la participación en una comunidad online ha favorecido la interacción en los temas de interés, e incluso a forjar relaciones duraderas.

En cuanto a la búsqueda de sentido y entendimiento, los autores refieren a usuarios que participan de comunidades como fuentes de sentido ante la información, ya que los medios dan una visión sesgada de lo que sucede desde las fuentes que utilizan. Otra de las razones que brindan Bowman y Willis parte desde la motivación de informar y ser informado. El usuario, como potencial experto de algún tema de su interés, participa de blogs, foros, comunidades y otros tipos de medios brindando conocimientos que no suele encontrarse en medios tradicionales.

También el usuario se ve motivado a participar por entretenimiento. Las múltiples ofertas que brinda Internet hacen que entretener y ser entretenido sean de las necesidades más difíciles de satisfacer. Por último estos autores afirman que otra de las motivaciones que impulsan al usuario a participar es la de crear, pero ya no en términos de entretenimiento o información, sino como un proceso de autorrealización, expresar sentimientos, opiniones, para lograr la satisfacción personal.

De esta forma, mediante la participación en los sitios de periodismo ciudadano, los usuarios pueden satisfacer las necesidades de crear, informar, interactuar con pares con los mismos intereses, y con un arraigado sentido de lo local.

El periodismo ha atravesado un período de profesionalización paulatina desde comienzos del siglo XX a esta parte. El periodista se especializó no sólo en algún género en particular, sino también en sus contenidos, en las fuentes y la agenda que maneja. En particular, el periodismo de sucesos reviste una gran importancia, lo cual requiere un trato responsable, profesional, riguroso y bien documentado, garantizando de esta forma su

calidad y profundidad. Estas informaciones comprenden la transgresión a una norma, rompen con la rutina diaria. Son hechos novedosos, de interés general y excepcionales.

Con estos parámetros establecidos, podemos afirmar que el ciudadano informa acerca de este tipo de sucesos, entendiendo que lo hace con delitos y faltas que implican un menor riesgo para sí mismo, y que lo hace con un desarrollo de menor profundidad.

Tras establecer estas características podemos definir la variable temática, sus categorías y subcategorías en pos de determinar cuáles son las más tratadas por el periodismo ciudadano en *www.unoentrieros.com.ar* y *www.ellitoral.com*. Esta variable resulta importante a la hora de indicar el tipo de hechos que más reflejo tienen, desde el punto de vista ciudadano, en estos medios regionales, además de mostrar comportamientos y conductas de la sociedad. Para ello establecemos las categorías: *Delitos y faltas; siniestros; problemáticas ciudadanas; buenas noticias; y otros temas*, según criterios periodísticos derivados del análisis. Para ser más claros definimos aquí a cada categoría:

A) Delitos y faltas

Incluimos aquí noticias relacionadas con hechos delictivos en general o particular según están tipificadas en el Código Penal. También incluimos, a raíz de las recurrentes denuncias por estacionamiento o circulación indebida del parque automotor, faltas a la Ley N° 24.449 (Ley de Nacional Tránsito), además de comportamientos humanos conflictivos o violentos. Las subcategorías son:

- Delitos contra la propiedad (hurto, robo, daños).
- Comportamientos humanos conflictivos o violentos.
- Incumplimiento de condiciones para conducir.
- Incumplimiento de requisitos para circular.
- Incumplimiento de uso de las luces.

- Incumplimiento de prohibiciones.
- Incumplimiento de normas de estacionamiento.

La denominación de la primera subcategoría responde a delitos tipificados en el Código Penal, *comportamientos humanos conflictivos o violentos* responde a criterios periodísticos propios, mientras que las otras cinco distinciones se amparan en la Ley de Tránsito.

Asimismo, cada subcategoría fue clasificada siguiendo también lo establecido en las Leyes antes mencionadas. Según el Código Penal los Delitos contra la Propiedad pueden ser:

- Hurto (artículos 162 a 163 bis)¹.
- Robo (artículos 164 a 167)².
- Daños (artículos 183 y 184)³.

Por otra parte, las cinco subcategorías que corresponden a la Ley de Tránsito están debidamente tipificadas cada una en su artículo correspondiente, aunque muchas de las aristas allí presentes no se reflejan en el corpus analizado. En primer lugar, el Artículo 39⁴ responde a condiciones para conducir, ya sea por parte del conductor como del vehículo. Aquí dividiremos a esta subcategoría en:

- Incumplimiento de condiciones para conducir. Condiciones de seguridad del vehículo.
- Incumplimiento de condiciones para conducir. Maniobras indebidas.

A continuación, el Artículo 40 establece los requisitos para poder

1 Según los artículos 162, 163 y 163bis el hurto comprende apoderarse ilegítimamente de una cosa mueble, total o parcialmente ajena en sus diversas variantes de ejecución.

2 Tomando los artículos 164, 165, 166 y 167 del Código Penal, se considera Robo cuando una persona se apodera ilegítimamente de una cosa mueble total o parcialmente ajena utilizando violencia sobre las cosas o las personas, teniendo en cuenta el nivel de violencia aplicando para cometer el robo.

3 Se considera Daños cuando se destruya, inutilice o desapareciera una cosa mueble o inmueble total o parcialmente ajena.

4 En el artículo 39 de la Ley de Tránsito se consideran las condiciones para conducir, es decir, que tanto el conductor como el vehículo estén en condiciones de seguridad para transitar, además de las normas básicas de circulación.

circular con un automotor o demás vehículos. Para este trabajo tendremos en cuenta fundamentalmente los incisos *g)*, *h)*, *i)*, *j)* y *k)* de dicho artículo⁵, clasificando a esta subcategoría por:

- Incumplimiento de requisitos para circular. Sistemas de seguridad en automóviles.

- Incumplimiento de requisitos para circular. Sistemas de seguridad en motocicletas.

- Incumplimiento de requisitos para circular. Cantidad de ocupantes acorde a la capacidad.

El artículo 47 reglamenta el correcto uso de las luces del vehículo, también subdividiendo esta subcategoría en ocho posibilidades de las cuales tomaremos las dos primeras⁶.

En el artículo 48 se definen las prohibiciones a la hora de circular, entre las que se tipifican más de veinte incisos⁷.

Por último, el artículo 49 reglamenta las faltas a la hora de estacionar los vehículos, del cual tomaremos las ocho posibilidades planteadas en el inciso *b*⁸ ya que es una de las subcategorías que más envíos recibe en ambos medios.

B) Siniestros

Esta categoría representa sucesos que comprenden accidentes, catástrofes, fenómenos climáticos en general. Cabe aclarar que estos hechos son incluidos en esta categoría siempre y cuando sean involuntarios, ya

5 Del artículo 40 tendremos en cuenta cinco incisos que regulan el número de ocupantes apropiados para cada vehículo, que circulen por las vías adecuadas a sus dimensiones y peso, que tenga los sistemas de seguridad acordes, que los ocupantes de los motovehículos circulen con casco, y con cinturones de seguridad en los automóviles.

6 Del artículo 47 (Uso de las luces) tomaremos dos incisos que hacen referencia a la circulación obligatoria con las luces bajas encendidas en las rutas nacionales independientemente de las condiciones naturales de luz; y de las luces altas en zonas rurales o autopistas cuando la luz natural sea insuficiente.

7 En el artículo 48 (Prohibiciones) de la Ley de Tránsito se establecen como faltas la conducción con impedimentos físicos o psíquicos, bajo el efecto de sustancias que disminuyan las aptitudes para conducir, circular sin la habilitación correspondiente, realizar maniobras peligrosas o imprudentes, entre otras.

8 El artículo 48 inciso b regula el estacionamiento en zona urbana.

que en caso contrario constituyen hechos delictivos. Las subcategorías establecidas son:

- Accidentes de tránsito.
- Fenómenos climáticos.
- Otros accidentes.

Aquí también fueron incluidos los casos de incendios donde, ante la inmediatez necesaria para publicar la información, las causas no están totalmente esclarecidas, aunque según las notas periodísticas los indicios señalan situaciones accidentales.

C) Problemáticas ciudadanas

En esta categoría se incluyen las denuncias y reclamos que implican el accionar institucional del Estado, ya sea desde su responsabilidad o por los servicios públicos que de éste dependen.

- Transporte público.
- Trama vial.
- Obras sanitarias.
- Recolección de residuos.
- Parques y paseos.
- Obras de infraestructura.
- Otros.

D) Buenas noticias

Aquí incluimos los artículos que destacan hechos poco habituales que comprenden el buen accionar ciudadano, de fuerzas de seguridad, o noticias relacionadas con el arte.

- Buenas actitudes.
- Arte.

E) Otros temas

Aquí incluimos hechos que no tienen lugar en otras categorías, o que no revisten una importancia que amerite incluirse en ellas.

- Humor.
- Curiosidades.
- Otros reclamos.

Tras estas definiciones intentaremos establecer cuantitativamente cuáles son los temas que más inquietan a los ciudadanos que hacen uso de estos medios de comunicación, como así también conocer si se presentan regularidades en los tópicos abordados por los usuarios. Se tendrán en cuenta los períodos en que son publicados los artículos, al igual que los comentarios que reciben. Además, con estos resultados podremos conocer diferencias y similitudes entre los temas y envíos que recibe cada medio.

Para ello insistimos en que no tomaremos la Teoría de Usos y Gratificaciones para el estudio de recepción de la audiencia, sino con el objeto analizar cómo el usuario utiliza la posibilidad interactiva de producir contenido para estos medios. Así podremos acercarnos a posibles expectativas de los usuarios, pero no si estas son satisfechas tras la publicación en los medios.

Tomaremos como corpus de trabajo a todas las publicaciones realizadas en las secciones **#UNOEnLaCalle** de *Diario UNO Entre Ríos* y **Periodismo Ciudadano** del diario *El Litoral* de Santa Fe, a partir del 9 de septiembre de 2016. Esta elección no es arbitraria, sino que en esta fecha se realizó la primera publicación que figura en el archivo digital de www.unoentrerios.com.ar. El total de publicaciones en esta sección asciende a 199⁹, en tanto durante el mismo período, www.ellitoral.com subió 276 noticias. Cabe destacar que el medio santafesino cuenta con un total de 512 entradas en su sección dedicada a la participación del ciudadano. A partir de su contenido serán incorporados a las categorías citadas previamente para luego elaborar tablas y cuadros de frecuencias de cada categoría.

9 Datos registrados al 28 de mayo de 2019.

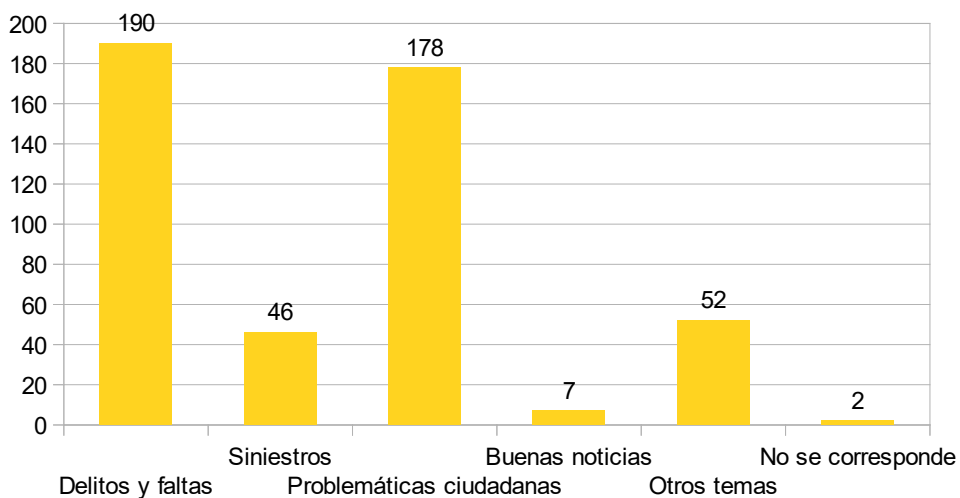
III.a. Análisis cuantitativo de los contenidos

Teniendo en cuenta las cinco categorías establecidas generamos tablas de frecuencia que nos permiten analizar cuáles de ellas recibieron mayor número de envíos en el período septiembre 2016/mayo 2019 en las secciones **#UNOEnLaCalle** (www.unoentrerios.com.ar) y **Periodismo Ciudadano** (www.ellitoral.com).

Temática

Sumando el total de noticias que componen el corpus se totalizan 475 artículos que se distribuyen en la siguiente tabla:

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Delitos y Faltas	190	40.0%
Siniestros	46	9.7%
Problemáticas ciudadanas	178	37.5%
Buenas noticias	7	1.5%
Otros temas	52	10.9%
No se corresponde	2	0.4%
Total	475	100.0%



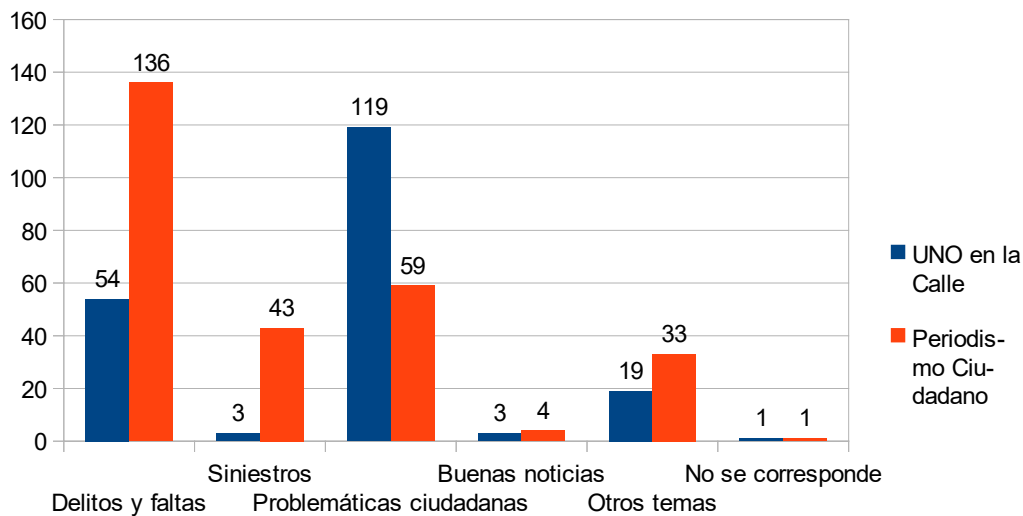
Como vemos, los reclamos por *Delitos y faltas* alcanzan los 190 registros, lo que constituye el 40% de las 475 publicaciones analizadas en el corpus. Por otra parte los reclamos a los Estados municipales o provinciales alcanzan el 37.5% (178 registros).

La categoría *Otros temas* ocupa el tercer lugar, basada fundamentalmente en la publicación de notas curiosas o sucesos extraordinarios. En cuarto lugar, aunque muy cercana en valores respecto al tercero, se ubica la categoría *Siniestros*, con 46 registros en la tabla de frecuencia.

Por último se coloca *Buenas noticias*, con sólo 7 publicaciones. Además hay dos casos (uno en cada medio) en donde encontramos noticias publicadas que no se corresponden con las secciones destinadas al periodismo ciudadano.

A través de la tabla presentada a continuación podemos comparar las frecuencias alcanzadas en cada medio:

Categoría	Medio		Total
	UNO en la Calle	Periodismo Ciudadano	
Delitos y faltas	54	136	190
Siniestros	3	43	46
Problemáticas ciudadanas	119	59	178
Buenas noticias	3	4	7
Otros temas	19	33	52
No se corresponde	1	1	2
Total	199	276	475

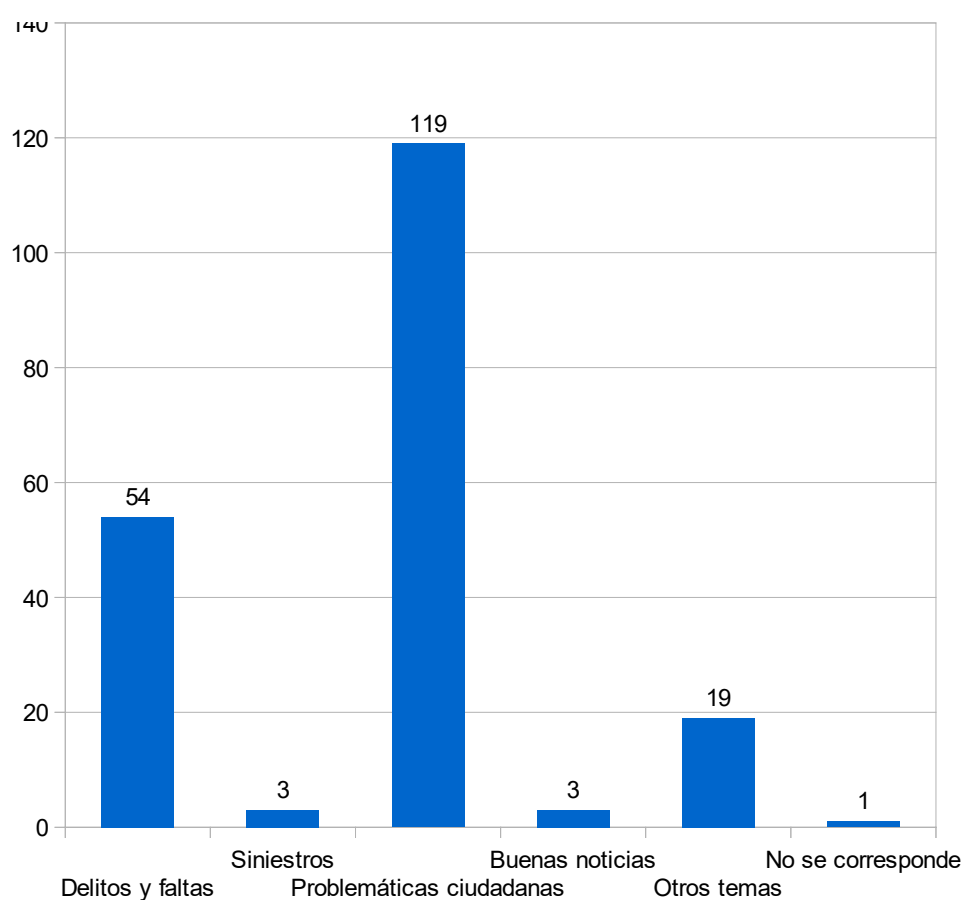


La categoría *Delitos y faltas* es la que prima en la sección **Periodismo Ciudadano** de *www.ellitoral.com*, seguida por la de *Problemáticas ciudadanas*. Sin embargo cabe recalcar que en el medio entrerriano esta última categoría es ampliamente superior al resto, y es en la única donde supera a su par santafesino. También debemos destacar que en Santa Fe la categoría *Siniestros* es muy superior a los registros del medio entrerriano, en tanto las otras dos categorías presentan porcentajes más homogéneos.

III.b. UNO Entre Ríos

A continuación analizaremos cada categoría y subcategoría por medio. En primer lugar vemos la tabla de frecuencia de la sección **#UNOEnLaCalle** de *www.unoentrerios.com.ar*.

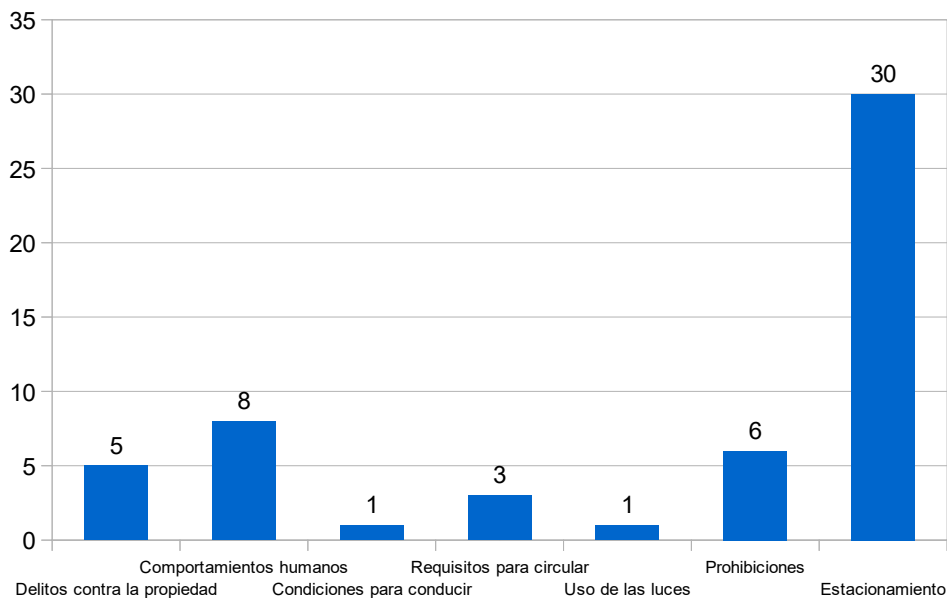
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Delitos y Faltas	54	27.1%
Siniestros	3	1.5%
Problemáticas ciudadanas	119	59.8%
Buenas noticias	3	1.5%
Otros temas	19	9.5%
No se corresponde	1	0.5%
Total	199	100.0%



Delitos y Faltas en UNO en la calle

Esta categoría comprende el 27.1% de las notas publicadas en **#UNOEnLaCalle** durante el período analizado, lo que la ubica segunda en la frecuencias de aparición en este medio.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Delitos contra la propiedad	5	9.5%
Comportamientos humanos conflictivos o violentos	8	14.7%
Incumplimiento de condiciones para conducir	1	1.8%
Incumplimiento de requisitos para circular	3	5.6%
Incumplimiento de uso de luces	1	1.8%
Incumplimiento de prohibiciones	6	11.1%
Incumplimiento de normas de estacionamiento	30	55.5%
Total	54	100.0%



Como vemos en este gráfico el mayor porcentaje de denuncias se refiere al incumplimiento de las normas de estacionamiento, seguidas por diversos comportamientos de las personas que atentan contra la normal convivencia del grupo social como por ejemplo arrojar basura donde no se debe, quema de basura o pastizales, etc. (14.7%), incumplimiento de prohibiciones de tránsito (11.1%), y delitos contra la propiedad (9.5%).

En menor medida se registran publicaciones referidas al incumplimiento de requisitos para circular (5.6%), incumplimiento de condiciones para conducir (1.8%), y el mal uso de las luces a la hora de transitar (1.8%).

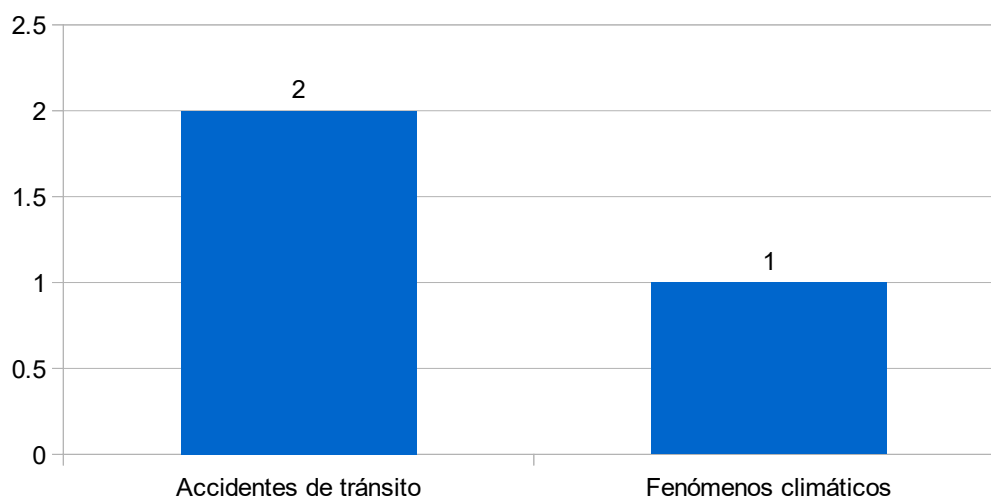
A la hora de buscar regularidades, en esta categoría se repiten pu-

blicaciones denunciando quemas entre septiembre y noviembre de 2016. Los primeros meses de 2017 se registran nueve envíos referentes a problemas generados por la basura y los pastizales sin cortar. A lo largo de todo el corpus de esta sección se observan situaciones similares: contenedores de basura dañados, mal estado de la Peatonal San Martín, vehículos mal estacionados.

Siniestros en UNO en la calle

En esta categoría se presentan escasos artículos que constituyen solo el 1.5% de la muestra tomada de la web de *UNO Entre Ríos*.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Accidentes de tránsito	2	66.6%
Fenómenos climáticos	1	33.3%
Total	3	100.0%

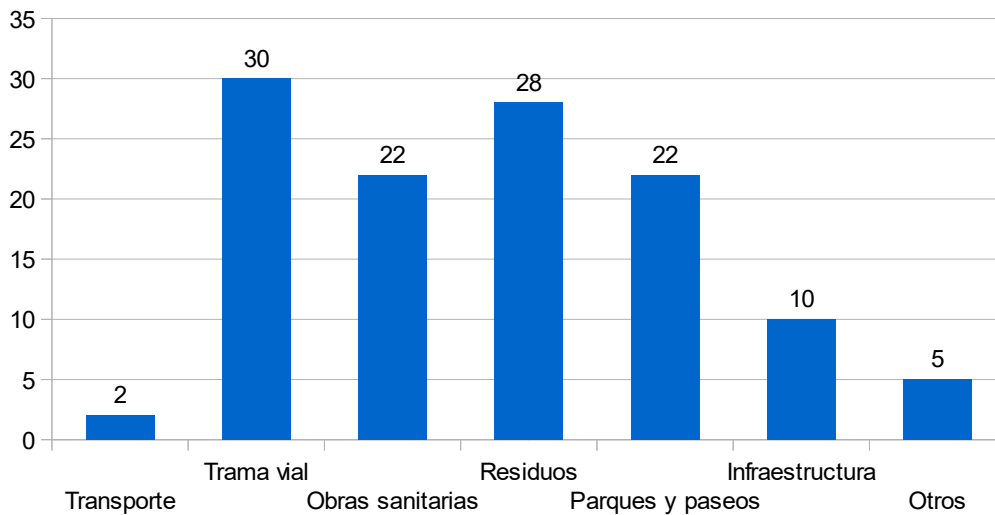


A lo largo de más de dos años y medio, solo se publican dos accidentes de tránsito y una sola publicación referida a daños provocados por fenómenos climáticos.

Problemáticas ciudadanas en UNO en la Calle

Esta categoría es la que mayor frecuencia presenta en la sección, alcanzando el 59.8% del corpus seleccionado (119 registros).

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Transporte público	2	1.7%
Trama vial	30	25.2%
Obras sanitarias	22	18.5%
Recolección de residuos	28	23.5%
Parques y paseos	22	18.5%
Otra infraestructura	10	8.4%
Otros	5	4.2%
Total	119	100.0%



La subcategoría *Trama vial* representa el 25.2% de las publicaciones, seguida muy de cerca por los problemas generados por la falta de recolección de residuos (23.5%). A continuación, en una misma línea encontramos las subcategorías *Obras sanitarias* y *Parques y paseos* (18.5%).

Con menor frecuencia se presentan los casos de reclamos por otras

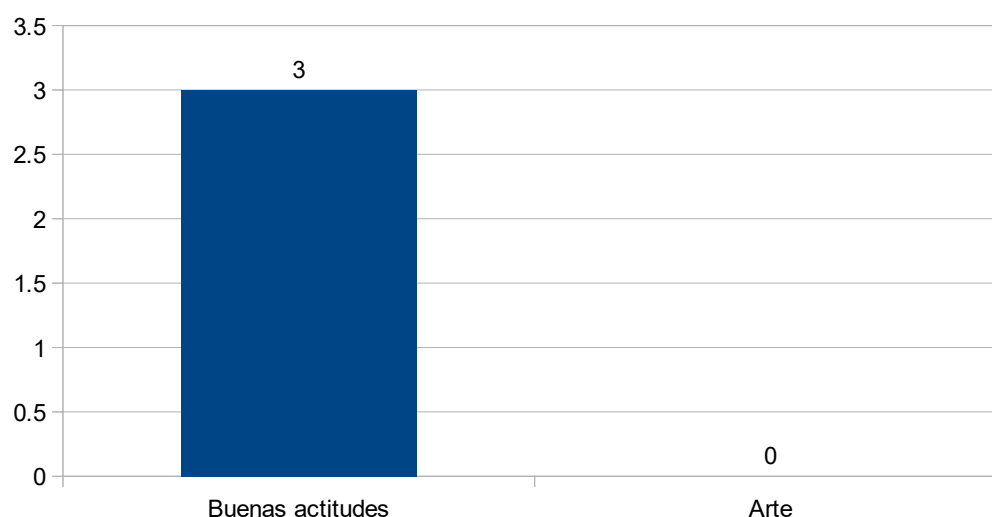
obras de infraestructura (8.4%), otro tipo de reclamos (4.2%), y las quejas por el servicio de transporte público solo alcanza el (1.7%).

Así como el *Estacioná donde quieras* es el protagonista principal en Santa Fe, aquí el tema por excelencia es el mal estado de la trama vial, denuncias que se repiten prácticamente en todos los meses y en distintos puntos de la ciudad.

Buenas noticias en UNO en la Calle

Aquí registramos sólo tres publicaciones, dos de ellas referidas a cuerpos de seguridad (bomberos y policía), además de una historia referente a una mascota.

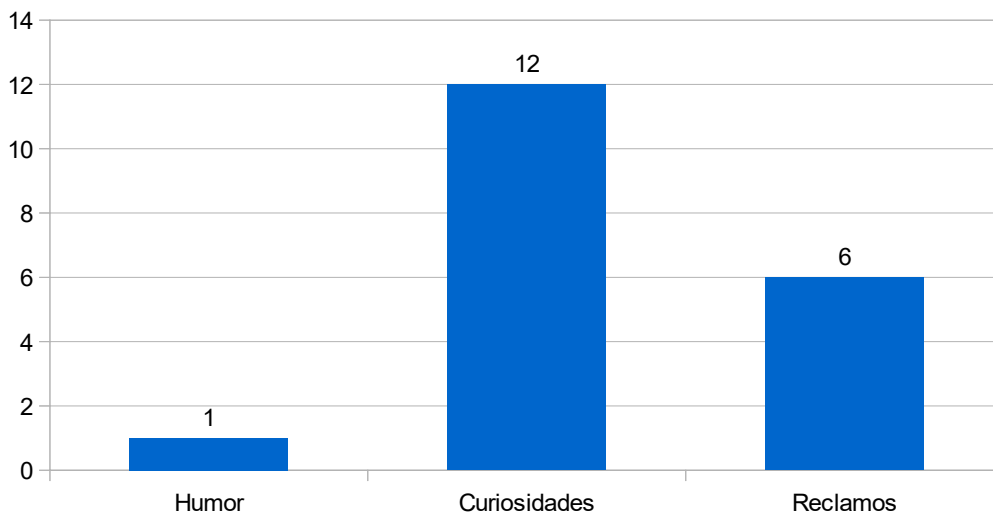
Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Buenas actitudes	3	100.0%
Arte	0	0%
Total	3	100.0%



Otros temas en UNO en la Calle

Esta categoría constituye el 9.5% del corpus analizado en este medio con un total de 19 registros.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Humor	1	5.3%
Curiosidades	12	63.2%
Reclamos	6	31.5%
Total	19	100.0%

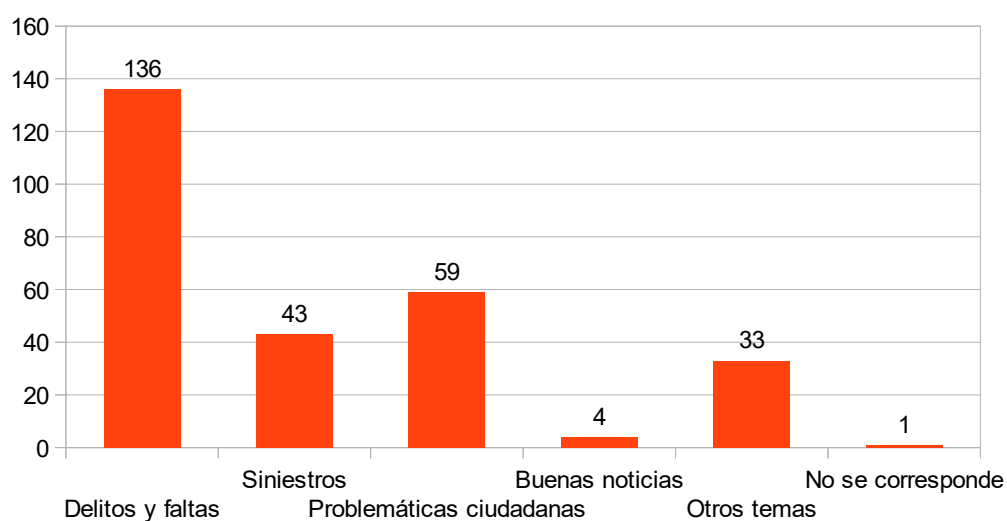


Las curiosidades encabezan esta categoría, seguidos por otro tipo de reclamos, fundamentalmente hacia privados. El caso llamativo se da en agosto de 2017 cuando se registran las únicas dos publicaciones que conciernen a la policía provincial: la primera destaca el buen actuar de un agente que ayuda a una anciana a cruzar la calle (incluida en la categoría *Buenas noticias*), en tanto la otra se solidariza con los hombres de la fuerza por la escueta vianda que recibieron durante su jornada laboral el día de las elecciones legislativas.

III.c. El Litoral

En *www.ellitoral.com* podemos observar algunas diferencias en las frecuencias respecto a su par entrerriano:

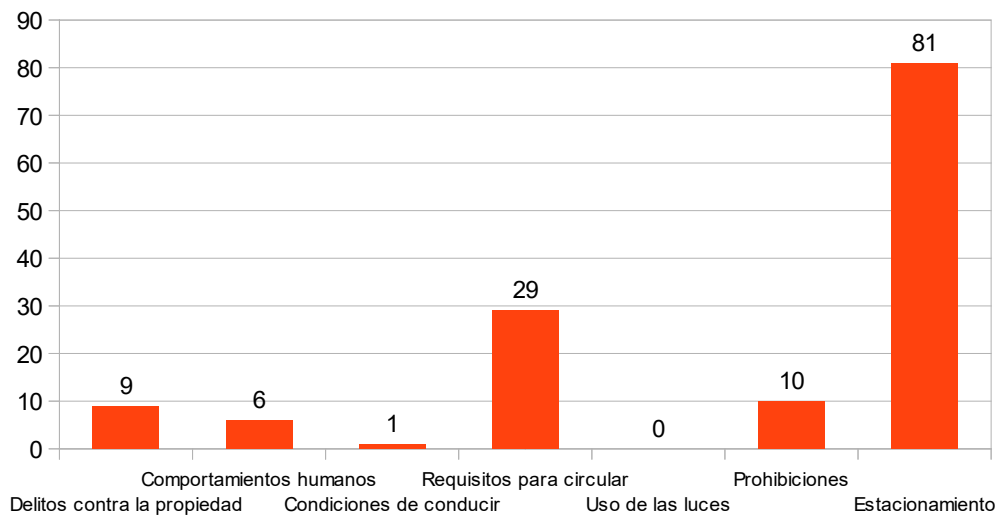
Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Delitos y Faltas	136	49.3%
Siniestros	43	15.6%
Problemáticas ciudadanas	59	21.4%
Buenas noticias	4	1.4%
Otros temas	33	12.0%
No se corresponde	1	0.3%
Total	276	100.0%



Delitos y faltas en Periodismo Ciudadano

Esta categoría representa prácticamente la mitad de los registros de la sección **Periodismo Ciudadano** de *www.ellitoral.com* con 136 publicaciones.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Delitos contra la propiedad	9	6.7%
Comportamientos humanos conflictivos o violentos	6	4.4%
Incumplimiento de condiciones para conducir	1	0.7%
Incumplimiento de requisitos para circular	29	21.3%
Incumplimiento de uso de luces	0	0.0%
Incumplimiento de prohibiciones	10	7.3%
Incumplimiento de normas de estacionamiento	81	59.6%
Total	136	100.0%



En el gráfico podemos ver que el incumplimiento de las normas de estacionamiento implica el 59.6% de los registros, muy por encima del

21.3% que alcanzan las denuncias por la falta de los requisitos para circular. Estas subcategorías son seguidas por el incumplimiento de las prohibiciones para circular (7.3%) y los delitos contra la propiedad (6.7%). Por último, se ubican los comportamientos humanos conflictivos o violentos y el incumplimiento de las condiciones para conducir.

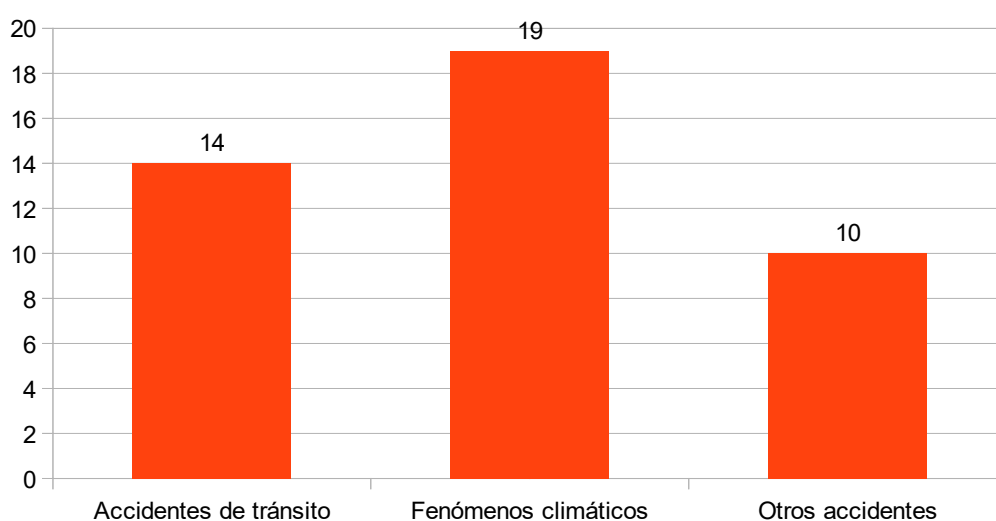
En esta categoría encontramos los casos de recurrentes de vehículos mal estacionados. Por ejemplo, durante el mes de enero de 2019 se reiteraron las denuncias en las inmediaciones e ingresos del Centro de Especialidades Médicas Ambulatorias de Santa Fe (CEMAFE), inaugurado hacia fines de 2017, totalizando seis artículos sobre un total de 21 publicaciones en dicho mes, mientras que en febrero se repitió el caso una vez más. Otro caso similar, aunque con menor frecuencia, se dio en distintos meses de 2016 y 2017 con los reclamos sobre mal estacionamiento en los ingresos de la escuela para niños y jóvenes con discapacidad visual “Dr. Edgardo Manzitti”. La recurrente denuncia de autos mal estacionados es sin duda el caso paradigmático en *www.ellitoral.com*. La cantidad de envíos reclamando por este tema derivó en la creación del tag *Estacioná donde quieras* para facilitar el acceso a estas notas.

A diferencia de su par entrerriano, en *El Litoral* son constantes a lo largo de todo el corpus seleccionado los casos de denuncias por tránsito imprudente de motocicletas. En marzo de 2017 se registran tres denuncias sobre las nueve publicadas ese mes. Entre los casos encontrados en esta categoría se da el ocurrido el 7 de marzo de 2018, cuando se publican las imágenes de un ciudadano que se trasladaba en su motocicleta junto a tres niños en el sitio destinado a carga de materiales o mercadería. En tanto el mayor, quien conduce el vehículo porta el correspondiente casco de protección, los tres niños no cuentan con ninguna medida de seguridad. Al día siguiente *El Litoral* publica el descargo del ciudadano que, según afirma el medio, se comunicó para contar su historia, en la que justifica la situación denunciada el día previo.

Siniestros en Periodismo Ciudadano

Esta categoría presenta una frecuencia mucho mayor en el medio santafesino a comparación de su par entrerriano, registrando 43 publicaciones en la sección destinada al periodismo ciudadano.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Accidentes de tránsito	14	32.5%
Fenómenos climáticos	19	44.2%
Otros accidentes	10	23.3%
Total	43	100.0%



El registro de las tres subcategorías se presenta más homogéneo a comparación de otras categorías analizadas. Los envíos referentes a fenómenos climáticos representan el 44.2%, mientras que los accidentes de tránsito el 32.5%. Por último, accidentes de otra índole alcanzan el 23.3%.

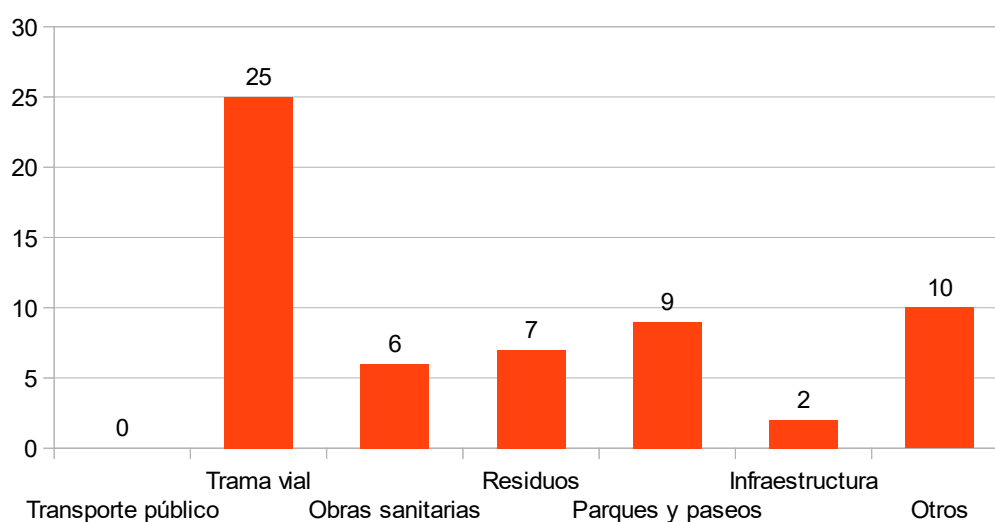
Las situaciones e imágenes generadas por ocasionales tormentas de

gran intensidad también provocan una fuerte afluencia de videos y fotos compiladas en una misma entrada, tales las publicadas en noviembre de 2017 y marzo de 2019.

Problemáticas ciudadanas en Periodismo Ciudadano

Con 59 registros los reclamos por servicios y arreglos al Estado ocupan el segundo lugar entre las categorías analizadas en *www.ellitoral.com*, sólo por detrás de *Delitos y faltas*.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Transporte público	0	0.0%
Trama vial	25	42.4%
Obras sanitarias	6	10.2%
Recolección de residuos	7	11.9%
Parques y paseos	9	15.2%
Otra infraestructura	2	3.4%
Otros	10	16.9%
Total	59	100.0%



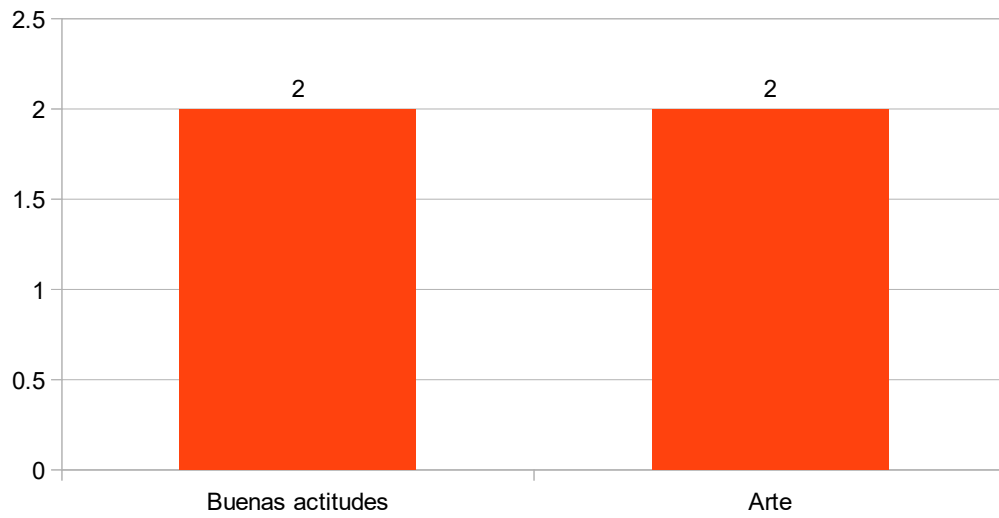
Los reclamos por el mal estado de la trama vial (42.4%) se ubican cómodamente en el primer lugar, mientras que obras referentes a otro tipo de infraestructura (3.4%) lo hacen en el último lugar. En el medio se ubican con valores similares *Otros reclamos* (16.9%), *Parques y paseos* (15.2%), los problemas por la recolección de residuos (11.9%) y *Obras sanitarias* (10.2%).

Como caso curioso y recurrente podemos nombrar que entre junio y octubre de 2018 se publican tres casos de postes que “penden de un hilo”, curiosamente con la misma titulación. Casos similares ocurren entre diciembre de 2018 y abril de 2019.

Buenas noticias en Periodismo Ciudadano

En *El Litoral* encontramos el rescate de una mascota a cargo de los bomberos y el dueño de una librería que imprime curriculums gratis para quien lo necesite. Pero además incluimos dos artículos referentes a expresiones artísticas: la primera refiere a una obra realizada por el reconocido muralista Andrés Iglesias, más conocido como *Niño de Cobre*; la segunda indica que un coro de niños mostró su trabajo en la peatonal santafesina ante una buena cantidad de transeúntes que se detuvieron a disfrutar de sus villancicos.

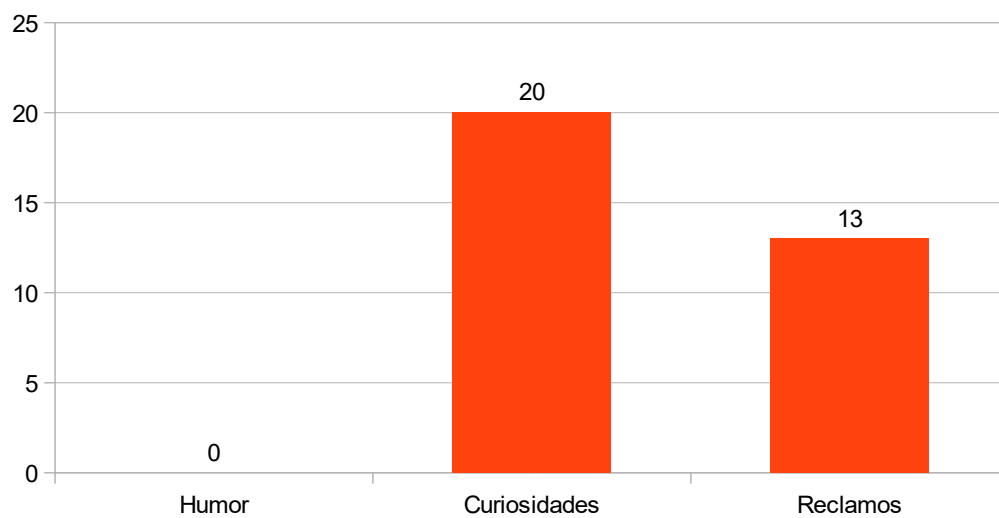
Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Buenas actitudes	2	50.0%
Arte	2	50.0%
Total	4	100.0%



Otros temas en Periodismo Ciudadano

Esta categoría comprende el 12% de las publicaciones realizadas en la sección ***Periodismo Ciudadano*** de la web del *El Litoral*.

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Humor	0	0.0%
Curiosidades	20	60.6%
Reclamos	13	39.4%
Total	33	100.0%

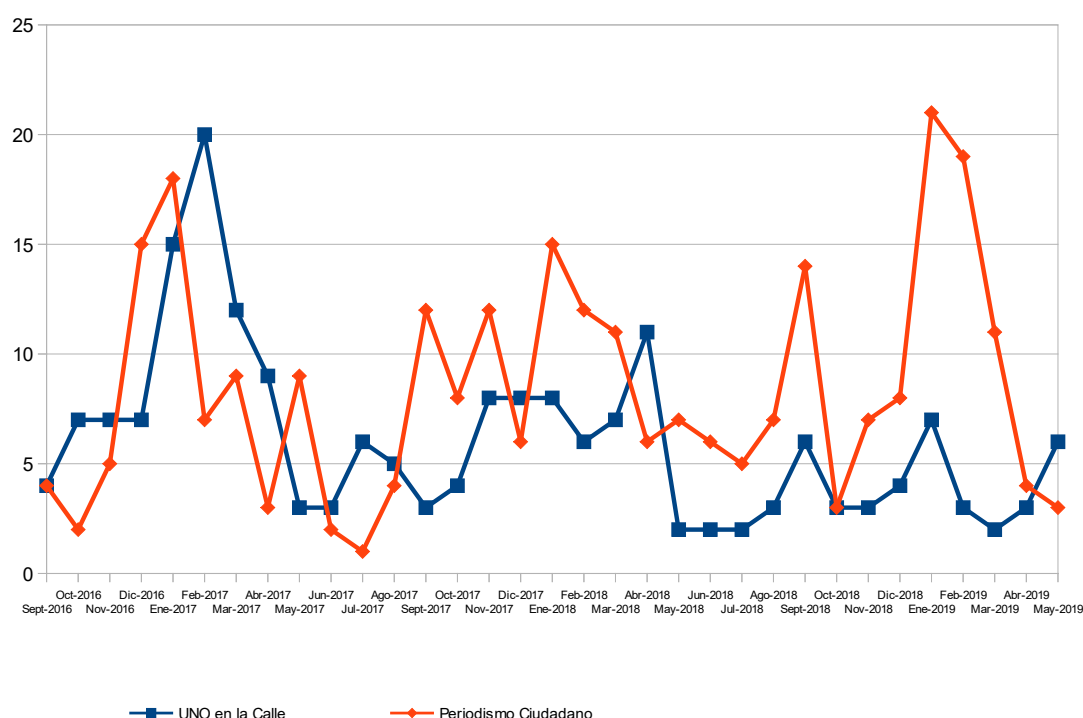


Los registros de situaciones curiosas, alcanzan 20 publicaciones, más del 60% de la categoría. Entre estas se pueden establecer ciertas regularidades: en enero de 2017 se reportan tres casos de pescas de tamaños y pesos llamativos, además de la aparición en la Costanera santafesina de una curiyú, también conocida como anaconda amarilla, una especie de serpiente inofensiva para el ser humano que puede alcanzar gran tamaño y que se desenvuelve en ámbitos acuáticos. Las pescas destacadas se repiten en enero y febrero de 2018, mientras que enero de 2019 se encuentra otra curiyú. Como casos más curiosos también se reportan apariciones de una comadreja overa (febrero 2018) y una nutria (febrero 2019).

Los otros 13 casos registrados en esta categoría suponen reclamos hacia privados o situaciones extraordinarias.

III.d. Por períodos

En el análisis del corpus seleccionado podemos identificar que estas dos secciones destinadas al periodismo ciudadano en *www.unoentrerios.com.ar* y *www.ellitoral.com* son muy variables en cuanto a la cantidad de envíos publicados mes a mes. Allí se puede ver que los puntos altos en cuanto a denuncias ciudadanas son los meses de verano: en diciembre de 2016 *El Litoral* publicó 15 artículos en **Periodismo Ciudadano**, mientras que en el mes siguiente publicó 18. Por el lado de **#UNOEnLaCalle**, en enero de 2017 hubo 15 envíos, mientras que en febrero del mismo año fueron 20. Estos números superan ampliamente las 8 publicaciones que tiene de promedio el periódico santafesino, y las 6 del medio entrerriano. La situación en Santa Fe se repite en los dos primeros meses de 2019 cuando se registran 21 publicaciones en enero y 19 en febrero, en tanto *UNO Entre Ríos* no volvió a registrar frecuencias tan elevadas.



A pesar de ser guiados por la lógica de las dos capitales provinciales (Paraná y Santa Fe), las secciones destinadas al periodismo ciudadano cuentan también con publicaciones que provienen del interior provincial, o incluso de fuera de los límites de la misma. En el caso de **#UNOEnLaCalle** encontramos 11 artículos que remiten al interior de Entre Ríos. En tanto, en **Periodismo Ciudadano** se registran 13 envíos provenientes del interior santafesino, además de dos notas referentes a sucesos ocurridos en Paraná y alrededores.

Pasando en limpio, sobre un total de 199 publicaciones de www.unoentrieros.com.ar el 94.5% remite a sucesos ocurridos en la capital provincial, 2% a Concordia, mientras que otras siete ciudades tienen una aparición en la sección. En www.ellitoral.com el 95.3% refiere a noticias de Santa Fe Capital, en tanto Paraná comprende dos registros, mientras que otras once localidades tienen sólo uno.

III.e. La participación a través de los comentarios

A pesar de ser una sección que promueve la participación, **Periodismo Ciudadano** no tiene habilitada la posibilidad de comentar las notas, a diferencia de otras secciones del mismo sitio web. Por el contrario, **#UNOEnLaCalle** permite esta forma de participación aunque los registros no son cuantiosos. En el corpus seleccionado del 2016 no encontramos comentarios publicados, en tanto en 2017 fueron solo diez (cuatro de ellos en la publicación *Nuevo vehículo víctima de la “senda peatonal” de calle Maciá* del 3 de noviembre). En 2018 la cantidad aumenta considerablemente alcanzando los 30 comentarios, mientras que hasta mayo de 2019 se registran 16. Al igual que la afluencia de envíos ciudadanos, los comentarios por parte de los usuarios también encuentran sus puntos altos en los meses de verano: se recibieron 24 comentarios (43% del total) entre los meses de noviembre de 2017 y marzo de 2018, y 15 (27%) en el mismo período del verano siguiente.

Con este análisis cuantitativo podemos establecer que los usuarios de estos medios recurren a los mismos fundamentalmente para establecer reclamos por normas de convivencia que no se cumplen, o por situaciones que corresponden al orden municipal que tampoco se solucionan y que mediante estos sitios webs hacen públicos en función de la puesta en común o la posible resolución de dichos problemas. Haciendo un paralelismo con las motivaciones que McQuail, Blumler y Brown identificaron a la hora de relacionar a los medios con su audiencia, se puede afirmar que la vigilancia, como método para mantener la necesidad de orden, prima entre los usuarios de estos sitios. Estos exponen y denuncian en función de mostrar problemáticas que el Estado, fuerzas de seguridad o sujetos privados generan o no resuelven. De esta forma, creemos, los usuarios buscan mediante su participación en los medios interesar a otros ciudadanos y a las autoridades para así obtener una solución que gratifique sus necesidades, es decir, solucionar los problemas que denuncian. Dentro de la tipología de

necesidades que establecen Katz, Gurevich y Haas, podríamos afirmar que mediante su participación en espacios de periodismo ciudadano el usuario busca satisfacer requerimientos de integración social, estableciendo intereses comunes a otros pares.

La categoría *Delitos y faltas* es la mayoritaria dentro del corpus de noticias analizadas, seguida por la de *Problemáticas ciudadanas*. Pero más específicamente, las denuncias por mal estacionamiento son las más recurrentes alcanzando las 111 publicaciones. Luego se suman 55 artículos referentes al estado de la trama vial de ambas ciudades o rutas cercanas. En tercer lugar, encontramos los reclamos que refieren a la recolección de residuos (35). Las curiosidades y el incumplimiento de requisitos para circular continúan en la lista con 32 publicaciones cada una.

Si separamos este análisis por medio, en *www.ellitoral.com* encontramos que el incumplimiento de las normas de estacionamiento es claramente la subcategoría que más frecuencia registra (81, muy por encima del incumplimiento de los requisitos para circular que alcanzan los 29 artículos). En cambio, en *www.unoentrerios.com.ar* las subcategorías más repetidas son los reclamos por el estado de la trama vial y los vehículos mal estacionados (30), seguidos muy de cerca por las denuncias ante la falta de recolección de residuos (28).

En este sentido, retomando conceptos también desarrollados por el periodista y escritor vasco Koldobika Meso Ayerdi (2005) podemos ver que los contenidos generados por la audiencia están muy arraigados a sus vidas y sus propios intereses, tanto en lo político, lo social, y lo económico. El periodismo ciudadano tiene su mayor alcance a nivel “hiperlocal” y no así en la región o a escala nacional, ya que estos temas no suelen reflejarse en los medios tradicionales que apuntan a mercados más amplios. Este recurso es también importante para un medio que busca estrechar lazos con su comunidad, generando vínculos entre su redacción y sus usuarios poniendo el ojo en su ámbito local o regional. De esta forma se realza el papel de servicio que tiene el periodismo y los medios para con su ámbito de

circulación, en temas que impliquen una influencia sobre la vida cotidiana del lector o usuario.

El periodismo ciudadano sale al cruce de la agenda que manejan los medios tradicionales. Así se ofrecen variantes a temas hasta el momento poco tratados en los grandes medios. Una visión hiperlocal permite enfocaren la protección de grupos marginales, buscando soluciones desde lo local a lo regional.

Este tipo de información, la que los ciudadanos disponen por su proximidad, tiene su valor como una herramienta más para construir e interpretar la realidad, como un instrumento para desarrollar una sociedad más justa y democrática.

Segunda Parte

Representación del usuario en el periodismo ciudadano de El Litoral y UNO Entre Ríos

Antes de comenzar con el desarrollo del presente capítulo, cabe aclarar dos cuestiones que hacen a la comprensión del mismo. Primero, aquí se han tenido en cuenta por un lado tanto los 199 artículos como los 56 comentarios enviados por los usuarios registrados en la sección **#UNOEnLaCalle**, y por el otro las 276 publicaciones de la sección **Periodismo Ciudadano**, durante el período comprendido entre septiembre de 2016 y mayo de 2019. A diferencia de la web de diario *UNO Entre Ríos*, este apartado de la web del tradicional diario santafesino no permite la publicación de comentarios por parte de los usuarios. Si bien no se analizan uno por uno, se señalan ciertas constantes o cualidades recurrentes de este corpus.

En segundo lugar, tanto las publicaciones como los comentarios aquí citados son transcritos sin alterar su contenido, reflejando así los errores ortográficos y de tipeo efectuados tanto por los lectores o usuarios como por el medio de comunicación.

Participación limitada

Las secciones **#UNOEnLaCalle** de *Diario UNO Entre Ríos*, y **Periodismo Ciudadano** de *El Litoral*, forman parte de los denominados espacios de participación del lector. Aquí la diferencia se plantea con los espacios de intervención, que son aquellos donde la actividad del lector opera a partir de la ejecución de una acción que se refleja en la interfaz de la web, a excepción de la enunciación. Por ejemplo, participar de encuestas, votar, compartir, poner likes a artículos, los rankings de publicaciones más leídas, entre otras. En cambio, los espacios de participación son aquellos que brindan la posibilidad al lector de manifestarse discursivamente: la carta de lectores, foros, comentarios y, por supuesto, los espacios de periodismo ciudadano.

Este aparente fin de las barreras entre los medios y sus usuarios se sostiene en el creciente acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de una audiencia ávida por dar sus puntos de vista y sus mensajes. Lo que cabe preguntarse aquí es: ¿cómo se refleja en los medios este aparente derrumbe de las barreras que los distancian de sus usuarios? ¿Qué lugar ocupa en y para el medio el ciudadano que aporta información? ¿Qué lugar ocupan en la agenda periodística del medio?

A pesar de los ya nombrados espacios de intervención y participación, aquí hablaremos de participación encauzada, como lo define Natalia Raimondo Anselmino (2012). Esta autora habla de medios que invitan e incentivan a la participación pero limitando el espacio en una determinada sección, que generalmente no forma parte de la portada de la web, los temas sobre los que se puede escribir, y por supuesto disponiendo de su edición, e incluso de su publicación o no.

“Vos también podés enviar tus imágenes a #UNOenlaCalle” o “Convertite en periodista ciudadano” son las invitaciones que resuenan a lo largo de todo el corpus seleccionado. Pero rara vez estos convites terminan en la portada de la web o contribuyendo como fuente a una noticia construida por el medio. En este sentido se destacan el informe realizado por *El Litoral*

el 19 de mayo de 2018¹, sobre el que ya volveremos. En la web santafesina estos casos muchas veces se dan a partir de fenómenos climáticos que el medio ilustra a partir de imágenes enviadas por sus usuarios.

Estos ejemplos, sumados al análisis temático realizado en el capítulo precedente, no hacen más que reflejar que la participación ciudadana en la producción del discurso informativo de estos sitios web se limita a los espacios de periodismo ciudadano y en contenidos limitados a asuntos barriales, de tránsito, de convivencia ciudadana o curiosidades, pero que no influyen en secciones políticas, económicas o de negocios, lugares en lo que la línea editorial y los intereses del medio como actor político tienen una mayor importancia.

Los dispositivos de enunciación que desarrollan *Diario UNO Entre Ríos* y *El Litoral* en sus secciones **#UNOEnLaCalle** y **Periodismo Ciudadano** respectivamente, articulados desde la producción signica y el proceso de circulación discursiva, se ven influidos por textos, fotografías y videos que se vinculan para desarrollar los discursos de ambos medios. Estas alteran las condiciones de producción de sentido si comparamos con los medios gráficos tradicionales. Mediante recursos interactivos y multimediales, el hipertexto se presenta como partícipe a la hora de analizar cómo se construyen el enunciador, el destinatario y la relación que existe entre ellos. Todos estos factores que hacen a la comunicación mediante medios digitales tienen su importancia a la hora de pensar en la construcción discursiva, los diferentes lenguajes y medios que se utilizan.

1 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/170883-dale-que-va-la-mala-costumbre-de-estacionar-en-cualquier-lado-en-algunas-zonas-de-la-ciudad-area-metropolitana.html

Capítulo IV

#UNOEnLaCalle

Según lo define el propio medio en la publicación del 9 de mayo de 2017¹, **#UNOEnLaCalle** es “el espacio donde los lectores de este medio pueden contar lo que está pasando y además enviar fotografías”. Las publicaciones de **#UNOEnLaCalle** se caracterizan por ser breves, apelando a entrecomillados que reflejan las palabras del usuario que envía la información o la foto, por ende, palabras escritas con un estilo expresivo y cotidiano. El sitio web dialoga con estas frases, interpela al lector circunstancial, intentando generar una posición más cercana y cómplice entre las partes. El enunciador se dirige al destinatario en la segunda persona del singular también buscando acercarse, y reforzando la co-presencia reflejada en cada comienzo y/o fin del cuerpo de los artículos mediante la invitación expresa dirigida a los usuarios: “Vos también podés enviar tus imágenes a #UNOEnLaCalle vía WhatsApp al 343 5137266, Twitter o Facebook”.

Sin embargo, antes de leer esta propuesta de participación, como en toda noticia, nos encontramos con el título. En esta sección los titulares suelen tener un fuerte anclaje en las imágenes que acompañan el cuerpo,

¹ <https://www.unoentrerios.com.ar/policiales/beneficiario-del-plan-argentina-trabaja-que-do-preso-robar-una-escuela-n1393177.html>

ya que de allí surge la credibilidad de la noticia. En el caso del matutino entrerriano, hay mayor presencia de títulos informativos, aunque también encontramos muchos que como recurso apelan a la ironía, y en menor medida a la metáfora. Por un lado el medio remite mediante titulares, oraciones, párrafos y/o noticias completas entrecomilladas al usuario que envió la información. De esta manera no toma la posición de emisor principal, sino de un intermediario. La voz de la denuncia es de un “lector” o “vecino”.

De esta forma encontramos títulos que, entrecomillados, recurren al testimonio textual de quien envió la información. También se registran casos donde, aunque no sean citas textuales, el medio generalmente acude a las mismas palabras o expresiones que el “lector” o “vecino” utilizó al momento de comunicarse con *UNO*, como por ejemplo *Se fueron de mambo los ladrilleros* (13/11/2016)², *¿Están esperando que se caiga un viejo?* (12/12/2016)³, o *Varisco nos condenó a vivir la mugre, los olores y las moscas* (09/01/2018)⁴. Los títulos entrecomillados textuales del vecino que envió la noticia tienen como objeto poner de manifiesto que no es el medio quien enuncia, sino el lector. Además, al no generar mayor información salvo citas textuales incluso en el cuerpo del artículo, demuestran que no hay producción propia, corrección, profundización, ni comprobación fehaciente de la información publicada. El medio no se hace cargo ni del título, ni del contenido. Las comillas como marca tipográfica no suponen la ruptura del hilo discursivo, sino que cumplen la función de diferenciar los discursos exponiendo la polifonía presente en el discurso. Marina Fernández Lagunilla y Covadonga Pendones de Pedro señalan que la utilización de comillas o letra cursiva no causan una ruptura sintáctica en el discurso, “sino una <<interferencia léxica>> o <<connotación autonímica>>, que se da cuando el locutor menciona y usa al mismo tiempo las palabras de otro,

2 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-fueron-mambo-los-ladrillos-n1282160.html>

3 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/estan-esperando-que-se-caiga-un-viejo-n1301044.html>

4 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/varisco-nos-condeno-vivir-la-mugre-los-olores-y-las-moscas-n1537420.html>

estableciendo así una línea de demarcación entre el interior y el exterior de una formación discursiva” (Fernández Lagunilla y Pendones de Pedro, 1993: 290). De esta forma el locutor explicita y se diferencia del discurso que, sin embargo, reproduce, sin asumir la entera responsabilidad de lo dicho. Estas distintas voces presentes en el discurso se manifiestan en enunciados irónicos, críticos, o metafóricos, por ejemplo. La presencia de distintas voces y del posicionamiento del locutor frente a estos enunciados o puntos de vista son los que dan sentido al discurso.

Estacionate donde quieras es una de las frases que más se repite en los títulos del corpus seleccionado en ambos medios. Esta expresión, cargada de ironía, supone que el enunciador se hace presente en el lugar donde ocurre el hecho (un vehículo mal estacionado) y le expresa su descontento al conductor responsable del mal estacionamiento mediante este dicho, por ejemplo, *Estacionate donde quieras* (26/04/2017⁵ y 06/03/2018⁶), o *Estacionate donde quieras, capítulo....*(18/09/2018)⁷. Otros ejemplos de este recurso presente en los títulos pueden ser *El pozo de calle Evaristo Carriego ya cumplió cinco años* (08/11/2016)⁸ o *Se secó el arreglo floral en el asfalto hundido de calle Bavio* (03/01/2017)⁹.

Se quejan por la falta de programación en los cortes de las calles (09/04/2019)¹⁰ o *Se quejan por los desperdicios de comida que tira un bar* (02/01/2017)¹¹ son solo ejemplos de otro caso que se repite en *UNO Entre Ríos*. El uso de este pronombre personal para iniciar el título pone al lector en una situación de espectador, donde el problema es de otro, es de “ellos”, quienes se quejan. Por otra parte estos títulos corren de eje la problemática que contiene el artículo: la noticia no es que falta programación

5 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/estacionate-donde-quieras-n1384736.html>

6 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/estacionate-donde-quieras-n1568070.html>

7 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/estacionate-donde-quieras-capitulo-n1677007.html>

8 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/el-pozo-calle-evaristo-carriego-ya-cumplio-cinco-anos-n1278563.html>

9 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-seco-el-arreglo-floral-el-asfalto-hundido-calle-bavio-n1314366.html>

10 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-quejan-la-falta-programacion-los-cortes-calles-n1753768.html>

11 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-quejan-los-desperdicios-comida-que-tira-un-bar-n1313674.html>

en los cortes de calles, sino que hay vecinos que se quejan. Nuevamente el medio no toma parte en la enunciación del problema, ya que “(los vecinos) se quejan, (no el diario)”. Al no hacerse cargo, *UNO* vuelve a mostrar que es el usuario quien comunica el problema y no el medio. ¿Esto se debe a la existencia de desconfianza en la información del lector? ¿O es porque no se comprueba lo que se recibe?

Para Eliseo Verón (2004) el uso del “se” actúa como refuerzo que da un carácter impersonal a los títulos, también cuando estos están contruidos a partir de una pregunta. Estos dos factores (lo impersonal y la pregunta en el título), sumados a la clasificación que en ocasiones se hace presente en la volanta del artículo, constituyen al enunciador pedagógico, un enunciador que busca mantener una distancia objetiva con el destinatario, además de mostrarle, enseñarle algo. Esta posición pedagógica pone al enunciador y al destinatario como desiguales en el dispositivo de enunciación: hay uno que muestra, explica; otro que mira y aprende. Por ejemplo *¿Paraná de pie?* (8/10/2016)¹², *¿Querés tomar un vaso de barro?* (14/7/2017)¹³ o *¿Así quieren que vengan los turistas?* (12/1/2019)¹⁴.

Los títulos que apelan a metáforas se pueden incluir dentro de este marco ya que no tienen el carácter informativo habitual, sino que proponen otro juego que implica el uso de elementos y formas que remiten al bagaje cultural que comparten el enunciador y el destinatario. La descodificación de esos títulos depende de la complicidad generada entre ambos sujetos del dispositivo y el entendimiento que generan los objetos culturales que ambos conocen, el universo cultural que los une, por ejemplo, *“Monumento a la basura”* (20/02/2017)¹⁵, o *Pasacalles baila peligrosamente en calle España* (30/04/2018)¹⁶.

Para Verón esta forma de enunciación construye al destinatario

12 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/parana-pie-n1259208.html>

13 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/quieres-tomar-un-vaso-barro-n1433590.html>

14 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-quieren-que-vengan-turistas-n1725929.html>

15 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/monumento-la-basura-n1343787.html>

16 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/pasacalles-baila-peligrosamente-calle-espana-n1599163.html>

como un sujeto informado, cultivado. Esta atribución de un saber al destinatario “determina la «transparencia» o la «opacidad» relativa del discurso. Que un discurso sea comparativamente opaco significa que privilegia la enunciación por encima del enunciado, que exhibe sus modalidades de decir más que lo que dice” (Verón, 2004: 179).

Dentro de los títulos que apelan a la metáfora como recurso de enunciación encontramos aquellas que le otorgan propiedades humanas a cosas inanimadas como *Los pozos de la peatonal gozan de buena salud* (28/11/2017)¹⁷ o cuando se habla de *los “llamadores de esguinces”* (30/09/2017)¹⁸. Más allá del recurso literario, estas expresiones tienen también una gran carga de ironía y crítica. En otro sentido, *Calles como ríos: los vecinos quieren obras* (3/5/2018)¹⁹, *Trampa mortal en la esquina de Rawson y Vera Peñaloza* (14/6/2017)²⁰ o *“Tapados de caca”* (19/02/2017)²¹ magnifican una realidad existente.

Por otra parte, en muchos de los títulos enunciados en **#UNOEnLaCalle** se aportan referencias claras a lugares, barrios, calles, para de esta forma ubicar espacialmente al lector. En cambio no se encuentra generalmente al sujeto en los títulos. Es que el sujeto que envía o protagoniza el hecho para el medio es un “vecino”, un “lector”, no es alguien que tenga relevancia en el día a día de la comunidad.

Mediante la referencia generalmente presente al final de la nota “Vos también podés enviar tus imágenes a **#UNOenlaCalle** vía Whatsapp al 3435137266, Twitter o Facebook” interpela a la audiencia a participar, a enviar sus noticias. Además presenta al destinatario como par de quien envió la noticia precedente: vos, igual que quien envió esta noticia, también podés. No es menor que se presente a la fuente de la información como un “lector” o “vecino”, ya que aun marca la distancia jerárquica entre el medio

17 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/los-pozos-la-peatonal-gozan-buena-salud-n1514403.html>

18 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/harta-los-llamadores-esguinces-n1479708.html>

19 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/calles-como-rios-vecinos-quieren-obras-n1600646.html>

20 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/trampa-mortal-la-esquina-rawson-y-vera-penalaza-n1416098.html>

21 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/tapados-caca-n1343409.html>

y su audiencia. De esta forma el mismo “lector” o “vecino” puede tomar el rol de consumidor o productor de mensajes sin variar su rol en el proceso de comunicación.

Sin embargo, siguiendo la línea de autores como Charaudeau (2003) y Albornoz (2007), la ausencia física de un destinatario del mensaje mediático, de la comunicación de un discurso informativo, pone a la participación del lector en situación de simulacro, un intercambio que no es tal.

En este contexto el ciudadano, participante y destinatario del mensaje mediático, representan un “afuera” que se convierte en partícipe y legitimador de las estrategias enunciativas del medio. El contacto mediante entornos virtuales no sólo se caracteriza por la desaparición del contacto “cara a cara”, sino que también se traduce en el anonimato o en la postulación de una identidad falsa. Son contadas las ocasiones en las que **#UNOEnLaCalle** le pone nombres propios a los ciudadanos que envían sus fotos. Alberto, Norma y Ariel, y un usuario que se reconoce bajo el seudónimo del personaje televisivo encarnado por Guillermo Francella, “Pepe Argento”, son los pocos casos que encontramos en nuestro corpus.

(30/10/2016) “Señor Intendente: Esto no puede pasar con la facilidad que hay para hacer la recolección. Tenemos que pasar un fin de semana sin pasar el recolector de la unidad 4. Hay gente que trabaja mucho para mantener limpio. Gracias. Atte Norma”.

La imagen enviada por esta lectora a **#UNOEnLaCalle** pertenece a las calles Suipacha y Pringles, la situación afecta a los barrios 30 de octubre, 1º de Julio y Consejo.²²

(11/12/2016) Ariel, un lector de **UNO**, compartió una foto junto a su arbolito de Navidad, hecho con botellas de la espirituosa bebida fernet.²³

(16/02/2017) Alberto, un lector de **UNO**, envió esta foto a la Redacción con el siguiente texto: “Una semana sin recolección de residuos, ya no sabemos dónde dejar la basura, los perros hacen desastres y queda en

²² <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/fin-semana-recoleccion-residuos-n1273288.html>

²³ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/navidad-branca-n1300407.html>

pleno verano esa contaminación en plena calle. Vecina Juan Báez fuera de la ciudad, de todas las administraciones, antes también”.²⁴

(10/09/2018) “Alguien me puede explicar porque un vehículo de la Municipalidad de Paraná tiene impreso el logo de una de las empresas constructoras más importantes de la Provincia???”

Un lector que se hace llamar “Pepe Argento” envió una foto en las que puede verse una camioneta de la empresa Losi SA ploteada con un cartel que dice “al servicio de la Municipalidad”.

“Me gustaría que lo publiquen para ver si alguien de la Municipalidad de Paraná puede dar una explicación”, agrega el lector.²⁵

Asimismo, en dos ocasiones se remiten nombres completos: El 16 de diciembre de 2016 Guillermo Vivas envió su testimonio acerca de un hecho curioso que le tocó vivir en su jornada de trabajo. En tanto el 23 de abril de 2018 uno de los fotógrafos del diario, Juan Manuel Hernández, también fue nombrado como autor de las fotos incluidas en la sección.

(16/12/2016) “Día a día se ven muchas cosas y las anécdotas para contar relacionadas con nuestro trabajo son infinitas, pero para resumir el año creo que esto superó todo lo convencional”, contó Guillermo Vivas.

El dueño de un negocio que repara aires acondicionados y equipos de fríos encontró una yarará hembra atrapada en un aire acondicionado de una quinta, en Villa Urquiza. Como el aparato no tenía rejilla de protección, al llegar el dueño de la casa y encender el aire el ofidio que había buscado refugio murió despedazado por el ventilador del motor [...]”²⁶

(23/04/2018) ¿Quién no ha batido el parche con las ollas de mamá?

En esta tarde húmeda, el fotógrafo de **UNO** (Juan Manuel Hernández) captó esta postal, en la peatonal San Martín, en Paraná.

Con cuatro baldes de plástico, platillos y dos palillos de batería, este joven se las ingenió para marcarle el paso de los viandantes.

²⁴ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/basura-acumulada-n1341440.html>

²⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/el-ploteo-del-desconcierto-n1673266.html>

²⁶ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/fue-reparar-un-aire-acondicionado-y-se-encontro-una-sorpresa-desagradable-n1303993.html>

¿Talento, ingenio, busca? una mezcla que vale una moneda.²⁷

El último caso dentro de las particularidades que salen del anonimato característico para **#UNOEnLaCalle** se dio el 23 de agosto de 2018. En la nota titulada Restos de podas punto de cumplir un mes, se reproduce el testimonio de “una vecina del centro” que en los comentarios de la sección se reconoce a sí misma:

(23/08/2018) (Diana Dondo) Gracias Diario Uno por publicar mi queja. Aclaro que el primer pedido al 147 para que pasen a retirar las ramas lo hice el mismo día 7 de julio, me atendió muy amablemente la Srta. Johana y me asignó el n° de reclamo 1409204. Después varias veces llamamos nuevamente sin suerte...!²⁸

Si de las casi doscientas noticias que forman parte del corpus, aquí solo podemos señalar unas pocas que tienen nombre propio, ¿qué pasa en el resto de los artículos? En **#UNOEnLaCalle** los productores de los mensajes publicados en la sección son generalmente referenciados dentro del colectivo de “lectores” o “vecinos”, marcando la distancia que existe en el proceso de producción discursiva entre el medio y esta comunidad. En contadas ocasiones se hace referencia a ellos como ciudadanos, mientras que tan sólo en dos notas se los reconoce como usuarios, casualmente en la misma semana, aunque en el segundo caso también usando “lector” como sinónimo:

(30/09/2017) Una usuaria de **#UNOEnLaCalle** se autoproclamó harta de lo que denominó “llamadores de esguinces” de la peatonal. Acompañado de mucha ironía el mensaje incluía tres fotos de los huecos sin tapas ubicados frente a los locales comerciales de la peatonal San Martín, en Paraná.

Se trata de las tapas de registro de Obras Sanitarias faltantes en el paseo

²⁷ <https://www.unoentrerios.com.ar/a-un-click/percusion-gasolera-la-peatonal-san-martin-n1595231.html>

²⁸ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/restos-podas-punto-cumplir-un-mes-n1663351.html>

peatonal que constituyen un peligro para los caminantes [...] ²⁹

(03/10/2017) Un usuario envió un video que ilustra el problema de tránsito que genera una concesionaria ubicada en Almafuerite al 100, donde los camiones que transportan vehículos descargan autos o estacionan tapando la parada del colectivo.

“La gente no sabe dónde esperar y éstos bajando autos y doblando en “U” en plena avenida Almafuerite y 3 de Febrero, poniendo en riesgo la vida de muchos”, relató a **UNO**.

Según el lector las malas y arriesgadas maniobras son habituales en la zona. “Todos los días lo mismo y la Municipalidad donde está?”, se preguntó. [...] ³⁰

También, para cerrar con estas particularidades que se dan en el sitio web del medio entrerriano, se resaltan dos casos donde se caracteriza al lector como “agudo”, y como defensores de los espacios públicos de la ciudad, respectivamente:

(07/11/2017) Lector agudo mandó la foto de la vereda de calle 25 de Mayo e Illia, e Paraná, donde un canillita tapó un pozo en la acera con un escaparate exhibidor de diarios [...] ³¹

(02/09/2018) Los lectores de UNO se están transformando en los principales defensores de espacios públicos que, lamentablemente son ocupados por vehículos mal estacionados. Más temprano hubo quejas por autos que fueron dejados entre los cancheros del Parque Urquiza; ahora el malestar es hacia vehículos oficiales. [...] ³²

Esta última calificación, si la relacionamos con los resultados del análisis realizado en el capítulo 3, a pesar de aparecer tan solo en una ocasión,

²⁹ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/harta-los-llamadores-esguinces-n1479708.html>

³⁰ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/peligrosas-maniobras-un-camion-calle-almafuerite-n1481241.html>

³¹ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/canillita-intendente-2019-n1502556.html>

³² <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/mas-criticas-autos-mal-estacionados-coche-oficial-la-vereda-una-escuela-n1669142.html>

le cabe a gran parte de los usuarios de **#UNOEnLaCalle**, que destinan sus envíos a reclamos por el mal estado de la trama vial o de los espacios públicos, y contribuyendo al carácter hiperlocal de la sección, que tiene como destinatario un lector que conoce la ciudad, que conoce las problemáticas que se dan y generan en los lugares cotidianos. Cuando no es así el medio lo aclara, como en los casos de los artículos que hacen referencia a otras ciudades.

Por otra parte, la web *www.unoentrerios.com.ar* también reconoce otras comunidades en ciertas publicaciones en particular, por ejemplo:

(13/08/2017) A través de las líneas de comunicación de #UNOenLaCalle uno de los 1600 policías a cargo de la seguridad en estas elecciones primarias en la capital entrerriana nos hizo llegar la imagen de la vianda que se les entregó, en la mañana helada de este domingo a modo de almuerzo. [...] ³³

(14/08/2017) Un cable negro se desprendió y quedó a la altura de la cabeza de los peatones que se desplazan por calle Pellegrini de Paraná, en pleno microcentro. [...] ³⁴

Sin embargo, dentro de los destinatarios de los mensajes, se repiten particularmente envíos que el propio “vecino” dirige directamente a quien era el intendente municipal de Paraná en aquel momento, Sergio Varisco:

(29/10/2016) “Por favor señor intendente, Sergio Varisco, arreglen esto antes de que ocurra un accidente de tránsito por esquivar o caer en el pozo. Hace meses que está así, es en calle Gabriela Mistral, entre Revolución de 1890 y Martín del Barco Centenera en la ciudad de Paraná”
Firmado: Un lector. ³⁵

³³ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/quejas-la-pobre-vianda-los-policias-n1450835.html>

³⁴ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/los-que-caminan-calle-pellegrini-se-preguntan-si-el-cable-es-peligroso-n1451789.html>

³⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/mensaje-el-intendente-varisco-n1272867.html>

(23/01/2017) [...] En tanto, otro vecino de la misma zona manifestó que hay otro caño roto en Miguel David, entre Sattler y Camerano. “Varisco y la reconstrucción de la ciudad? Existe el plan estratégico de Modernización?”, se preguntaron.³⁶

(11/04/2017) Desde hace 8 meses reclaman por una boca de tormenta sin tapa, muy peligrosa, en calle Rawson y Vera Peñaloza. “Sr Varisco: tanto le cuesta salir de su oficina y recorrer la ciudad? (no para hacer campaña o sacarse una foto) Es una trampa”, indicó en un mensaje un vecino para **#UNOEnLaCalle**.³⁷

(17/06/2017) “Siga la joda señor Varisco. Y después quieren que andemos a horario los choferes de colectivos. Acá está unos de los motivos porque no podemos cumplir con los que usuarios reclaman. Ponga a trabajar la gente inoperante que dicen llamarse inspectores de tránsito. Gracias”

Coches estacionados en paradas de colectivos, vehículos no habilitados para transitar en el carril exclusivo para el transporte urbano de pasajeros taponando estas vías, entre otras tantas infracciones, fueron compiladas en fotos por un lector de **UNO** para dar cuenta de uno de los motivos que afectan la fluidez en la circulación de los colectivos.³⁸

(13/05/2018) Una lectora de **#UNOEnLaCalle** no anduvo con vueltas y le preguntó al intendente, Sergio Varisco, cuándo vana a arreglar la peatonal San Martín.

“Es un peligro caminar por la peatonal de Paraná. Faltan las tapas de Obras Sanitarias y está llena de huecos donde las personas pueden lastimarse”, advirtió e ilustró con fotos.

“Es una vergüenza el estado en que se encuentra. Ni siquiera la arregla para hacerle honor a su padre Don Humberto Cayetano, que construyó el paseo comercial, opinó.³⁹

36 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/varios-reclamos-canos-rotos-y-perdidas-agua-potable-n1326366.html>

37 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/una-boca-tormenta-una-trampa-n1374612.html>

38 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/mensaje-un-colectivero-el-intendente-parana-n1418155.html>

39 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/cuando-van-arreglar-la-peatonal-n1606133.html>

El ex-intendente de la capital entrerriana también es reconocido en los comentarios de algunas publicaciones, por ejemplo:

(14/12/2018, “Los autos queda colgados” en calle Vitor) (Hernán Vitor Bovier) Un año más Sr. Intendente calle A.crespo entre Blas Parera y Rondeau en estado deplorable y calle Dr.David Vitor igual son las únicas sin asfalto.en Barrio Tortuguitas y creemos que aportamos bastante impuestos a la Municipalidad.⁴⁰

(12/01/2019, “¿Así quieren que vengan turistas?”) (Alejandro Díaz) que desastre por favor.....y este hombre quiere presentarse de vuelta como candidato..?.....dios mios , q mal estamos ..⁴¹

(12/01/2019, “¿Así quieren que vengan turistas?”) (Guillermo Perez) Pobre Varisco, esta muy ocupado distribuyendo coca. No tiene tiempo y para colmo sus secuaces son brutos. La peor intendencia de la historia.⁴²

Este tipo de reclamos también se registran en artículos que tienen como destinatario a “alguien”, probablemente recurriendo al Estado municipal:

(28/02/2017) (...) En el tramo que va desde Hernandarias a Almafuerte está intransitable debido a movimientos de máquinas de la obra de circunvalación que se realizarán en la zona, sumado a las precipitaciones que acumulan agua en los pozos (...)

“Alguien que nos de un poco de bolilla, desde diciembre que estamos así, ya ni se ´puede pasar y necesitamos salir para ir a trabajar y ahora empiezan las clases, por favor ayúdenos”, apeló otra vecina de la zona.⁴³

(26/01/2018) “Por esta vivienda que está sobre calle Gabriela Mistral 286 de Paraná entraron ladrones a robar en dos casas linderas. Si alguien

⁴⁰ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/los-autos-quedan-colgados-calle-vitor-n1717140.html>

⁴¹ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-quieren-que-vengan-turistas-n1725929.html>

⁴² Ídem

⁴³ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/a-calle-bordon-ni-el-colectivo-entra-n1348454.html>

sabe quién es el dueño que le avise que tome cartas en el asunto y medidas de seguridad, porque si nos siguen robando se la vamos a demoler directamente” [...] ⁴⁴

(31/03/2018) “En avenida Zanni y Luis Alberto Spinetta se ven, de un lado, la desidia municipal; de otro, los terrenos privados de un vecino. A ninguno le importa la gente que vive allí. Sin veredas y con los yuyos altos, lo único que queda es caminar por el borde de la avenida”, aseguró a **#UNOEnLaCalle** un lector.

Pide que “alguien haga algo” para mejorar el lugar. [...] ⁴⁵

El anonimato que se esconde por detrás de la comunidad de “lectores” o “vecinos” cambia cuando el mensaje es emitido en los comentarios de la publicación. Allí *UNO*, mediante la posibilidad de relacionar la cuenta de Facebook con su perfil de usuario registrado en el sitio web del medio, facilita la posibilidad de opinar, aclarar o sumar información, pero con nombre propio (o por lo menos el nombre del perfil de la red social).

El ya mencionado convite “Vos también podés enviar tus imágenes a #UNOenlaCalle” incluido muchas veces al final de la nota o como copete (o incluso en ambos lugares en la misma publicación), también incluye al destinatario, audiencia circunstancial del artículo, dentro de ese colectivo de “lectores” o “vecinos” que envían sus imágenes al sitio. Este mensaje de tono cotidiano pretende en cierta manera acortar las distancias que el propio medio interpone al definir a su audiencia como “vecinos” o “lectores”. También encontramos situaciones donde el medio acorta esa brecha tomando un lugar en el desarrollo de la pieza comunicacional. El 31 de octubre de 2017 *UNO* tituló El pozo nuestro de cada día: Hoy barrio San Roque:

(31/10/2017) “Cualquier cosa sirve para señalar la decena de pozos en barrio San Roque”, indican los vecinos.

En la imagen puede verse la carcasa de una vieja cocina en medio de los

⁴⁴ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/vecinos-quieren-ubicar-al-dueno-la-casa-donde-entran-los-ladrones-n1546321.html>

⁴⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/los-pastizales-ya-alcanzaron-la-altura-del-cartel-calle-zanni-y-spinetta-n1581994.html>

charcos formados en el asfalto de calle Fraternidad, frente a la parroquia San Cayetano, en las inmediaciones de la cancha de Toritos de Chiclana. “Si hacen una sección llamada ‘El Pozo nuestro de cada Día’ les vana llover las fotos”, acotaron.⁴⁶

La frase del título, en definitiva un textual del vecino que envió las fotos, también trae consigo una idea que no tuvo desarrollo en **#UNOEn-LaCalle**. Unos meses antes, en febrero de 2017, el medio había titulado Las infracciones nuestras de cada día:

(22/02/2017) Una lectora de **UNO** envió una serie de imágenes que exponen infracciones de tránsito muy comunes a las cuales los paranaenses parecen estar habituados.

Estacionamientos indebidos, falta de respeto a las ochavas y los cordones amarillos, carga y descarga de mercaderías en horarios picos, entre otras. Las fotos fueron tomadas en el microcentro, la zona supuestamente más controlada por los inspectores municipales. En los barrios las infracciones se multiplican exponencialmente.⁴⁷

Estas referencias al pozo “nuestro” o a las infracciones “nuestras” pone al medio, en calidad de denunciador, como víctima también del problema, parte del mismo grupo, o como un igual ante “los vecinos” que enviaron las fotos. Esta posición se acerca más a una relación simétrica entre denunciador y destinatario. El primero desarrolla su forma de ver las cosas y sugiere el mismo punto de vista al segundo. Este hecho, al que se suman los valores culturales similares, crean un marco de complicidad entre denunciador y destinatario que crean un juego del lenguaje compartido. Sin embargo, también en ocasiones se separa de esa comunidad:

(09/01/2019) Con una serie de fotos un lector de UNO ilustra el desaprensivo accionar de algunos paranaenses que utilizan el espacio público

⁴⁶ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/el-pozo-nuestro-cada-dia-hoy-barrio-san-roque-n1498454.html>

⁴⁷ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/las-infracciones-nuestras-cada-dia-n1345116.html>

como estacionamiento.⁴⁸

Esta adjetivación ya había aparecido años antes, también para referirse a la comunidad:

(18/02/2017) (...) Vecinos desaprensivos y falta de limpieza municipal conforman un combo que afea la ciudad y rebaja su calidad sanitaria.⁴⁹

Otro recurso para intentar acortar la distancia entre el medio y los “vecinos” se puede señalar por ejemplo en noviembre de 2016, en la nota titulada *Zarpado de rico*, donde se ve un cartel de un local comercial que incluye esa frase y en el cuerpo de la nota busca generar complicidad con su audiencia:

(18/11/2016) La verdulería ubicada en avenida Almafuerte recurrió, como muchos otros comercios, a la humorada para captar la atención de los clientes. Habrá que ver si realmente los duraznos son tan ricos.⁵⁰

Sin embargo, también encontramos ocasiones donde en el plano enunciativo los títulos *Diario UNO* recurren a una modalidad del decir que se acerca más a lo íntimo, que interpela a sus usuarios a acceder a la noticia: el enunciador invita al destinatario a mirar algo. En estos títulos es donde mayor anclaje tienen las imágenes, ya sea fotografías o videos. El enunciador dice *Así cortaron calle Monte Caseros para que operen los camiones de caudales* (24/10/2018)⁵¹, *Así ensucian el río Paraná* (21/4/2017)⁵² o *Por esto se inundan las calles* (18/2/2017)⁵³. ¿Así? ¿Así cómo? Para saberlo el

lector deberá acceder la noticia y las imágenes que la acompañan, deberá

48 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/los-duenos-la-plaza-n1725054.html>

49 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/por-esto-se-inundan-las-calles-n1342967.html>

50 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/zarpado-rico-n1285475.html>

51 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-cortaron-calle-monte-case-ros-que-operen-los-camiones-caudales-n1693612.html>

52 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-ensucian-el-rio-parana-n1381480.html>

53 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/por-esto-se-inundan-las-calles-n1342967.html>

aceptar la invitación a mirar lo que le quiere mostrar un enunciador que nuevamente adopta una posición pedagógica, un enunciador que quiere enseñar. En este plano enunciativo el emisor trata de conducir al receptor a la realización de una acción: la de mirar las fotografías o videos a las que hace referencia. También lo hace mediante preguntas que construyen una falsa relación dialógica que terminan por reflejar una relación de poder desigual entre quien muestra y quien mira.

Algunas marcas tipográficas se presentan como una huella que deja el medio para señalar hacia donde mirar. En el caso del medio entrerriano habitualmente se utiliza la negrita o, con menor frecuencia, la cursiva, para destacar al medio o a la sección: *UNO*, o **#UNOEnLaCalle**.

La crítica al Estado municipal y a los ciudadanos en general (“los paranaenses”) muestran también cómo el medio se reconoce como actor de esta ciudad. Sin embargo, las posibilidades de reconocimiento, tanto del emisor como del receptor del mensaje, pueden ser un tanto difíciles de encontrar en ciertas ocasiones en **#UNOEnLaCalle**. Por ejemplo, en la nota titulada *Intransitable* (08/11/2016)⁵⁴, donde el desarrollo de la noticia consiste solamente en cuatro oraciones cortas situadas entre comillas. ¿Enviado por quién? ¿Para quién? Ni siquiera se incluyó la habitual invitación a enviar fotos por WhatsApp o redes sociales para alimentar la sección.

(08/11/2016) “Calle Romina Iturain (ex Calle 141) está en muy mal estado. Ya hemos denunciado que no se puede circular, pero la Municipalidad de Paraná hace oídos sordos. Es una lástima cómo quedó el auto, pero va a suceder una tragedia. Por favor alguien que repare la calle”.

Pero así como encontramos los amplios grupos “vecinos” y “lectores”, también hay otro que comprende a toda la comunidad y se desprende de las expresiones tanto del medio como de los usuarios: “paranaenses”. En primer término, *Diario UNO*, desde su posición de cobertura provincial, no se incluye dentro de la comunidad de la capital entrerriana:

54 <https://www.unoentrerrios.com.ar/la-provincia/intransitable-n1278740.html>

(26/04/2017) [...] Solo una postal de las tantas infracciones que los paranaenses están habituados a cometer.⁵⁵

(01/01/2018) La mala educación del paranaense promedio dejó una postal desoladora en la Plaza de las Mujeres Entrerrianas, este 1° de enero. [...] ⁵⁶

(01/01/2019) [...] Más allá de las deficiencias en la recolección, a lo que se suma la falta de contenedores para reciclar, la poca prevención y la falta de castigos a los infractores, los paranaenses hacen todo lo posible para que los minibasurales proliferen en los espacios públicos. [...] ⁵⁷

También se dan casos como el del 2 de marzo de 2017, cuando la nota titulada *Quieren cortar Almafuerte para conseguir que arreglen las calles*⁵⁸ incluye la siguiente bajada:

(02/03/2017) Temen quedar incomunicados por un pozo de grandes dimensiones en Bordón, que se ensancharía con las lluvias que se esperan para las próximas horas.

¿Y el sujeto? Recién aparece en el cuerpo de la nota:

Vecinos de la zona de Bordón y Hernandarias, en la zona este de Paraná, temen quedar aislados por el anegamiento de la primera de esas calles, que se agravaría en caso de que se concreten las lluvias intensas que se anuncia para las próximas horas [...] ⁵⁹

Dos días más tarde, en la nota titulada *Quejas por la pobre vianda*

55 <https://www.unoentrerrios.com.ar/uno-la-calle/estacionate-donde-quieras-n1384736.html>

56 <https://www.unoentrerrios.com.ar/uno-la-calle/una-postal-la-mala-educacion-del-paranaense-n1533360.html>

57 <https://www.unoentrerrios.com.ar/la-provincia/asi-se-forman-los-minibasurales-parana-n1722709.html>

58 <https://www.unoentrerrios.com.ar/la-provincia/quieren-cortar-alfafuerte-conseguir-que-arreglen-las-calles-n1350059.html>

59 Ídem

*de los policías*⁶⁰ donde se describe la comida que recibieron los efectivos durante la jornada de trabajo en las elecciones primarias, el diario agrega un párrafo donde se reconocen a sí mismos y a su trabajo:

(13/08/2017) En la Redacción de UNO se calculó el costo de la vianda que ronda entre los 30 y 40 pesos. Se consultó a una rotisería desde donde se explicó que una porción generosa de un guiso de lentejas, por ejemplo, puede costar incluso menos de la mitad de ese valor. Una opción más saludable y apropiada al clima de este domingo: esta mañana la sensación térmica era de 4 grados.

IV.a. Lectores por los lectores

Hasta aquí hemos repasado cómo *Diario UNO* reconoce a su audiencia, y cómo se reconoce a sí mismo. Pero ahora señalaremos algunas marcas de la enunciación del propio usuario y cómo se reconoce en su propio discurso. Para ello tomaremos las referencias textuales que publica el medio, como también los (pocos) comentarios que hay en las 199 publicaciones de **#UNOEnLaCalle** que componen el corpus.

Tal como lo hace *www.unoentrerios.com.ar*, muchos usuarios que envían sus imágenes a la web de *UNO* también se reconocen como vecinos, en tanto el colectivo “lectores” no aparece nunca entre sus palabras.

(27/09/2017) “Medio día del lunes. En este momento, horas de almorzar, barrio 144 viviendas, en Soldado Bordón, pasando Hernandarias, los vecinos conviviendo con el humo de los hornos de ladrillos. Nos estamos Enfermando!... la Municipalidad podrá hacerse cargo de esto???”; indicó a **#UNOEnLaCalle** una vecina de la zona.⁶¹

(09/01/2018) (Héctor Milisich) La recolección de basura en una de las prioridades que debe tener un municipio en su funcionamiento. No re-

⁶⁰ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/quejas-la-pobre-vianda-los-policias-n1450835.html>

⁶¹ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-quejan-del-humo-las-ladrilleras-la-zona-sudeste-parana-n1476238.html>

cuerdo en los últimos 30 años que Paraná haya estado tan mugrienta como ahora. Los camiones pasan cuando quieren, los contenedores son escasos y habitualmente no son vaciados completamente..y los vecinos seguimos pagando publicidades que hablan de clasificar la basura. Todo es una vergüenza.⁶²

(18/01/2018) “Hola, soy una vecina y pasaba con mi nieto y se desploma un semejante gajo espero que las autoridades que corresponda que hagan algo por ejemplo podar semejante árboles por podarlos no se van a morir. Desde ya muchas gracias”.⁶³

(13/08/2018) “Cansados de promesas y de hablar con todos los irresponsables encargados de las distintas áreas de limpieza y de la Unidad 4, les envío la postal diaria que tenemos los vecinos de calle Grella a metros de la puerta principal del Club Patronato desde el mes de ABRIL, a causa de un borracho que manejando una camioneta chocó y destruyó el contenedor”, indicó un vecino de la zona.⁶⁴

En otros casos los usuarios de *Diario UNO* se reconocen directamente como ciudadanos:

(24/10/2018) (Fredy Rebo) El banco es una SA, porque tenemos que sufrir inconvenientes en el transito los ciudadanos por un negocio que beneficia a una entidad privada?⁶⁵

Los ciudadanos asimismo se reconocen igualmente como contribuyentes, factor en el que se amparan a la hora de verbalizar sus reclamos:

(20/02/2017) En barrio Padre Kolbe hay un desborde de cloacas hace dos meses. Los vecinos aseguran que se han enfermado niños por esta causa.

62 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/varisco-nos-condeno-vivir-la-mugre-los-olores-y-las-moscas-n1537420.html>

63 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/cayo-una-rama-un-arbol-justo-cuando-pasaba-un-bebe-n1542140.html>

64 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/chocaron-el-contenedor-lo-destroza-ron-y-ahora-se-desparrama-la-basura-n1658011.html>

65 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-cortaron-calle-monte-case-ros-que-operen-los-camiones-caudales-n1693612.html>

“Tengo un hijo recién operado de una operación muy grande vascular que no puede estar expuesto a esto. Pagamos los impuestos al día y es una vergüenza”, señaló el vecino que envió las imágenes a **#UNOEnLaCalle**. [...] ⁶⁶

(20/02/2017) [...] “El municipio en su página web solicita no sacar los residuos los días de lluvia a fin de no obstruir los desagües pluviales. Patético. La Municipalidad no cumple. Estado ausente. Deberíamos dejar de pagar impuestos”, acotó el vecino que envió la foto a **#UNOEnLaCalle**. ⁶⁷

(14/12/2018) (Hernán Vitor Bovier) Un año más Sr.Intendente calle A. cresco entre Blas Parera y Rondeau en estado deplorable y calle Dr.David Vitor igual son las únicas sin asfalto en Barrio Tortuguitas y creemos que aportamos bastante impuestos a la Municipalidad. ⁶⁸

(20/04/2019) [...] “Se están haciendo piletones que destruyen autos y son peligrosos para autos y transeúntes. Ya se han ocasionado accidentes de motos. Reclamamos su inmediata reparación con el pago de nuestros impuestos!”, indicó. ⁶⁹

De igual manera aparecen otros grupos reflejados en algunas publicaciones en particular, como por ejemplo, los colectiveros, o los automovilistas:

(18/11/2017) [...]El colectivo que envió las fotos dijo a **UNO**: “Siga la joda en Paraná. Señor intendente, a ver si realmente, de una buena vez, pone a trabajar a los inspectores de Tránsito, porque ya es imposible para nosotros, los colectiveros, andar en la ciudad. Y encima nos dan con un caño por el horario. Y como quieren que andemos a horarios así???” ⁷⁰

(18/11/2017) (Retamar Fabiola) también de paso, vean o revean la circu-

66 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/en-padre-kolbe-se-quejan-un-desborde-cloacal-y-calles-mal-estado-n1343855.html>

67 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/monumento-la-basura-n1343787.html>

68 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/los-autos-quedan-colgados-calle-vitor-n1717140.html>

69 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/deplorable-estado-del-asfalto-cortada-29-septiembre-n1757065.html>

70 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/las-quejas-un-chofer-n1508789.html>

lación en calle 25 de mayo de oeste a este, ya que los que transitamos en moto, auto, nos vemos sorprendidos por colectivos que pasan a otro que está cargando gente e invaden nuestro carril y debemos hacer maniobras rápidas para evitar “el accidente” ya que solamente tenemos un carril para cada uno...gracias⁷¹

También se distingue al propio *Diario UNO* como destinatario de algunos mensajes enviados y como recurso para solucionar algún problema.

(25/03/2017) Una lectora de **#UNOEnLaCalle** envió una foto y el siguiente mensaje: “Garrigó, casi Crisólogo Larralde, este sábado 25 de marzo, a las 18 horas. Dese este vehículo tirando basura. Estamos hartos TOOO-DOOS los vecinos. Limpia el municipio y a los pocos días esto de nuevo. Donde se denuncia esto un sábado?” [...] ⁷²

(22/01/2017) (Riky Muscara) buenas tardes este sabado es la fiesta me pasa quien canta⁷³

El discurso crítico es una constante a lo largo del corpus seleccionado de la sección **#UNOEnLaCalle**: *Una vergüenza* (26/03/2018)⁷⁴, *La mala educación* (12/12/2017)⁷⁵, o *Una postal de la mala educación del paranaense* (01/01/2018)⁷⁶ presentan a un enunciador crítico del propio ámbito social que comparte, crítico de sus pares ciudadanos. Y en estos casos se distinguen distintos colectivos (“ciudadanos” y “vecinos”, el propio medio, el intendente de la ciudad o el Estado Municipal como destinatario, por ejemplo). En este tono crítico de algunas publicaciones se genera un contrapunto donde algunos “vecinos” o “lectores” se reconocen dentro de la crítica, mientras que otros no:

⁷¹ Ídem

⁷² <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/total-es-un-basural-n1364180.html>

⁷³ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/fiesta-la-cerveza-crespo-los-asistentes-bailaron-el-amanecer-n1325740.html>

⁷⁴ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/una-verguenza-n1578995.html>

⁷⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/la-mala-educacion-n1522756.html>

⁷⁶ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/una-postal-la-mala-educacion-del-paranaense-n1533360.html>

(13/12/2016) “Este es el cambio que quería la gente de la ciudad de Paraná. Una semana que no pasa el recolector, gusanitos por todos lados [...]”⁷⁷

(05/03/2019) “Con la última tormenta las calles colapsaron una vez más por falta de escurrimiento. Y es que los desagües están tapados con basura. Cuánto le podemos echar la culpa al intenso viento cuando la ciudad está llena de bolsas de basura?

A través de los días se puede ver cómo la vidriera de un local vacío para alquilar poco a poco se va transformando en un basurero. Cajitas de cigarrillos, vasos plásticos, papeles de golosinas, hojas de árboles y también de papel se van acumulando detrás del enrejado. ¿Podemos asegurar que es solo el viento el que acumula la basura? ¿Y qué excusa podemos aplicar para la foto del pañal usado “olvidado sobre el escalón de una vidriera?”⁷⁸

Por otra parte, en 2018 se registran dos casos de comentarios de contenido discriminatorio hacia otros ciudadanos. En el primero de los casos la noticia muestra a una pareja y su hijo a bordo de una moto sin llevar los cascos de seguridad, a lo que un usuario comentó:

(16/01/2018) (Christian Cabrera) #NegrosDeMierda⁷⁹

En abril se refleja un caso de vandalismo contra un contenedor de basura. Una usuaria comentó:

(05/04/2018) (Mariela Franco) la negrada esta acostumbrada a la mugre que le va hacer⁸⁰

Estos ejemplos muestran una diferencia en el reconocimiento entre los

⁷⁷ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/basura-acumulada-pecifa-n1301746.html>

⁷⁸ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/viento-lluvia-y-gente-sucia-n1742701.html>

⁷⁹ <https://www.unoentrerios.com.ar/policiales/motociclistas-cascos-y-el-bebe-bravos-n1541110.html>

⁸⁰ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/sigue-el-incendio-contenedores-n1584641.html>

propios ciudadanos, quienes envían fotos y comentarios al medio, y quienes son los sujetos señalados en los artículos. También se registran ejemplos donde, por el contrario, el “lector” o “vecino” que envía su noticia a **#UNOEnLaCalle** también se reconoce como parte de la sociedad que tiene que corregir su accionar, o bien como parte de la solución al problema:

(06/03/2018) “¡Estaciona donde quieras! Paseo Jardín, jueves a la tardecita en Paraná. Qué increíble, no aprendemos más”, mandó un lector a **#UNOEnLaCalle**.⁸¹

(03/04/2018) “Lo que no hace la Municipalidad de Paraná con el contenedor que está roto, lo hacen los vecinos de calle Acebal, entre Casiano Calderón y Ñandubay. Estamos cansados de reclamar a las autoridades y no se escuchados. A la ciudad la mejoramos entre todos o nos hundimos”, aseguró a **#UNOEnLaCalle** un lector.⁸²

(19/07/2018) “Esto es la esquina de las calles Walter Heize y Lorenzo Anselmi. Lo dejaron así hace más de 15 días. Acaba de caerse un señor en moto y gracias a Dios no le pasó nada. Quien puede hacer algo al respecto?”, aportó una vecina de la zona noroeste de Paraná (...) “Qué vamos a esperar! que pase algo más grave?”, se preguntó.⁸³

Pero en los casos donde los “paranaenses” aparecen en las enunciaciones de los usuarios, se da la particularidad que están quienes se incluyen en esta comunidad, incluso en la crítica, y quienes no se sienten parte:

(03/11/2017) (Claudio Carb) Si yo la cruce casi todos los dias en moto si la cruzas a velocidad peaton no pasa nada lo que pasa en que los paranaenses ya de por si somos inadaptados seguro la pasaban como a 30 o 40 km por hora y en el caso del flete puede ser distinto porque pudo haber ido

cargada la caja ⁸⁴

81 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/estacionate-donde-quieras-n1568070.html>

82 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/reparan-contenedor-n1583256.html>

83 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/hace-mas-15-dias-que-dejaron-una-obra-empezada-y-nadie-puede-pasar-n1643934.html>

84 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/nuevo-vehiculo-victima-la-senda-peatonal-calle-macia-n1500497.html>

(01/01/2018) (Eduardo Ismael Miño) Después nos ofendemos los para-naenses si nos dicen que somos sucios, desordenados, desaprensivos, mal educados, etc. Realmente nos están diciendo una verdad indiscutible, producto de los estúpidos que además se creen muy vivos y cancheros.⁸⁵

Otras respuestas en la misma publicación denotan que algunos no se sienten parte del problema:

(01/01/2018) (Sonia Antochin) SI VAMOS A DECIR LA VERDAD DEBERIAN RESPETAR LOS SEMAFOROS ES INCREIBLE COMO PASAN A TODA VELOCIDAD EN ROJO APONER CAMARAS Y MULTAS⁸⁶

(01/01/2018) (Nestor Omar) la gente es mugrienta pero tampoco le dan opcion. 1 solo tacho de basura en todas las fotos...ese tacho se llena enseguida, debe haber 1 tacho cada 5 metros! y si hay un tacho cada 5 metros casi seguro que la mugre seria mucho menor.⁸⁷

Unos días antes, mediante un comentario, otro usuario decidió diferenciarse entre los que cumplen y los que no:

(14/12/2017) (Ruben Amilcar Gracia) Es muy comun ver esto , sobre todo , los que mas se distinguen son los camiones dolor rojo , color que identifica a la principal gaseosa , en la zona por ejemplo de Casiano Calderon y Galan, parados frente al Banco que existe en esa zona , tambien en 25 de Junio esquina Santiago del Estero , Alameda y Santiago del Estero , pero la conclusion , es siempre la misma , los controles existen para romperles las pelotas a los que cumplimos siempre⁸⁸

Más allá que el medio pretende, mediante algunas marcas en su estrategia enunciativa, generar una cercanía con el usuario o lector, también por el contrario hay marcas que alejan a los protagonistas de la comunica-

⁸⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/una-postal-la-mala-educacion-del-para-naense-n1533360.html>

⁸⁶ Ídem

⁸⁷ Ídem

⁸⁸ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/para-donde-tengas-lugar-n1523852.html>

ción. Una de ellas, como y vimos, es cómo se refiere el medio a su audiencia. Otra es cómo se refiere el medio a sí mismo: el medio entrerriano se indica en sus propios artículos en tercera persona como “**UNO**”, “**#UNOEnLaCalle**” o “la Redacción de **UNO**”.

(13/11/2016) Vecinos de las calles Caputo, Miguel David y Newbery se comunicaron esta tarde con la Redacción de **UNO** para quejarse del humo despedido por una quema indebida en el predio ubicado entre calles Miguel David y El Cestero, en la zona de barrio Los Hornos. (...) Los vecinos hicieron saber **UNO** que las quemas son frecuentes y denuncian que deben convivir con el olor a caucho quemado y gases tóxicos. En muchas ocasiones han dado cuenta de los trastornos respiratorios o dérmicos que estas toxinas causan en algunos integrantes de las familias que habitan la zona.⁸⁹

(19/07/2018) (...) La mujer, que envió las fotos a **#UNOEnLaCalle**, señaló además que los que iniciaron a obra se bajaron de una camioneta de Losi SA pero desde la empresa les contestaron que “no son”. (...) ⁹⁰

Los usuarios encuentran en esta sección un recurso más para hacer notorios sus reclamos o necesidades, y de esta forma dejan sus marcas para reconocer o gratificar al medio:

(21/01/2017) Vecina de Calle del Candombe 2.829, del barrio Empleados de Comercio, mandó un desesperado pedido de ayuda a la Redacción de **UNO** ya que hace un mes que su vivienda no tiene agua por la rotura de un caño (...) “Agotado por completo los recursos, acudo a este medio para hacer de público conocimiento lo que estamos viviendo hace un mes. [...] ⁹¹

Las formas de reconocimiento de parte del usuario hacia el medio

⁸⁹ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/se-fueron-mambo-los-ladrillos-n1282160.html>

⁹⁰ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/hace-mas-15-dias-que-dejaron-una-obra-empezada-y-nadie-puede-pasar-n1643934.html>

⁹¹ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/un-mes-agua-es-inhumano-el-desesperado-pedido-una-vecina-n1325541.html>

también se registra en algunos comentarios, aunque de tono claramente más crítico, en el primer caso, e irónico en el segundo:

(24/10/2018) (Fedrico Carminio) Se podría acotar que el dueño de ese banco es un individuo, EZKENAZI, que de manera espuria y corrupta, con la complicidad de los Kirchner, se quedó con el 25% de YPF y de varios bancos del interior.

DE ESO LOS “PERIODISTAS” DE ESTE MEDIO NO HABLAN NUNCA.⁹²

(29/09/2018) (Perez Jose Luis) Ustedes los del Diario y ese lector son muy crueles. ¿No entienden acaso que con la crisis que hay, ese pobre para-nense ya no debe tener para pagar una cochera? Cuando entendamos que ES DE RATAS ESTACIONAR EN LA VEREDA, Comenzarán a darse las condiciones para que los peatones tengamos DERECHO a circular por la vereda.⁹³

Otro caso particular se da en agosto de 2017. Una vecina de Concordia acude a **#UNOEnLaCalle** para exteriorizar sus críticas al gobierno y a un periódico local. *Diario UNO*, que reproduce sus palabras, encuentra así una forma de reconocerse y marcar sus diferencias con otros medios de comunicación.

(11/08/2017) (...) “Cansada de hacer reclamos. Esto es a metros de la Terminal y de la casa del exgobernador. Lo que se ve es el club de tenis. Llamo, llamo y no hacen nada, pero después hacen campaña para el dengue y dicen que descacharricemos. Ni cordón cuneta tenemos. Acá hay un diario que no publica nada porque responde al intendente”.⁹⁴

En el medio entrerriano registramos también la nota publicada el 20 de enero de 2017 (*La bicisenda de calle Maciá a punto de dar choclos*)⁹⁵

92 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/asi-cortaron-calle-monte-case-ros-que-operen-los-camiones-caudales-n1693612.html>

93 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/ocupa-toda-la-vereda-cada-no-che-n1682244.html>

94 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/piden-que-atendan-reclamos-una-calle-concordia-n1449900.html>

95 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/la-bicisenda-calle-macia-punto-dar-cho->

que, más allá de la evidente ironía, también linkea a un artículo producido por la redacción del medio, probablemente disparado por el envío del lector. Como se señala en el cuerpo de la noticia,

(20/01/2017) Hoy la obra parece estar abandonada, tanto que los lectores de UNO enviaron una foto bromeando con las plantas que crecieron en una de las canaletas reservadas para los cables de la luz.

Sin embargo, esta situación no es habitual en *UNO Entre Ríos*. El periódico entrerriano no se caracteriza por explotar al máximo los recursos interactivos e hipermediales con los que podría contar, de la misma forma que las noticias enviadas a **#UNOEnLaCalle** tampoco parecen ser disparadores frecuentes de informes o publicaciones de mayor rigurosidad y trabajo por parte del cuerpo de periodistas del diario. No es más que el espacio que el diario le da a los “lectores” y “vecinos” para que puedan expresarse, “contar lo que está pasando y además enviar fotografías”.

Como vimos, el medio en su posición de enunciador intenta establecer una relación cercana con el usuario como destinatario mediante recursos que pretenden generar cierta complicidad entre ambos. Más allá de la utilización de un estilo expresivo y cotidiano, **#UNOEnLaCalle** mantiene la distancia con sus “lectores” aun en el espacio destinado para su expresión. La falta de producción y profundización en la información, como la diferenciación establecida para con los “lectores” o “vecinos” desde lo discursivo separan los posibles puntos de encuentro entre el medio y su audiencia.

Capítulo V

Periodismo ciudadano

La sección **Periodismo Ciudadano** de *El Litoral* encuentra muchas diferencias y similitudes con **#UNOEnLaCalle**. En primer lugar podemos destacar que en la web santafesina se reduce considerablemente el uso del testimonio directo de la fuente, como así también se incorpora más información producida por el propio medio, generando artículos de mayor extensión y desarrollo. Incluso, encontramos publicaciones que no hacen ningún tipo de referencia a que la información haya sido enviada por un ciudadano:

(12/06/2017) Un violento accidente de tránsito se produjo este lunes por la tarde en la intersección de las calles Marcial Candiotti y Luciano Torrent. El hecho ocurrió alrededor de las 18 y lo protagonizaron una camioneta Toyota Hilux y un camión cargado con tres contenedores. Se desconoce por el momento cómo fue la mecánica del choque, pero por fortuna sólo hubo que lamentar daños materiales. El chofer del camión sufrió algunos golpes pero fue asistido en el lugar por personal del Sies 107 y no requirió traslado. Mientras, la camioneta resultó con rotura importante en la parte delantera izquierda. Sin embargo, la peor parte la llevó la casa que se encuentra en la ochava, ya que ahí terminó su carrera el camión y pro-

vocó daños en la pared.¹

Tal y como sucede con la web de *UNO Entre Ríos, El Litoral* también utiliza un lenguaje expresivo y cotidiano, con ironía y metáforas como recursos frecuentes en sus títulos, pero con un perfil más informativo que su par entrerriano. Además, habitualmente se dirige al usuario desde la primera persona del plural. De la misma forma, también es muy poco habitual que aparezcan nombres propios a la hora de conocer quién envió la información para la elaboración de la nota. Aquí señalamos unos pocos ejemplos donde esto sí sucede:

(25/11/2016) Tres santafesinos nos enviaron foto y video de la experiencia que están viviendo en Zagreb (Croacia), donde este viernes comenzó a disputarse la final de la Copa Davis entre el local y Argentina. Se trata de Martín Benassi, Luis Coudanes y Martín Fertonani, quienes compartieron el video del último punto del partido que Juan Martín Del Potro le ganó a Ivo Karlovic para dejar igualada la serie 1 a 1.²

(09/01/2017) Alerta meteorológico, cielo nublado, lluvia, truenos, relámpagos, sol, arco iris, cielo amarillo. Todo eso en unas pocas horas, este lunes por la tarde, con fenómenos cambiantes. Esto quedó reflejado en la impresionante foto que nos mandó Adrián Durst a la sección Periodismo Ciudadano: el rayo de un lado, y el arco iris del otro. También otros periodistas ciudadanos enviaron sus imágenes a nuestro whatsapp para compartir impresiones de una tarde de locos.³

(06/12/2017) Un periodista ciudadano nos envió el video del robo de su propia moto. Diego contó con tristeza y bronca que esa era su herramienta de trabajo. Lo que sorprende es, por un lado, la facilidad con la que el delincuente se lleva el vehículo, aparentemente sin usar herramientas y solo haciendo un poco de fuerza. Por otro lado, también llama la atención la impunidad para cometer el atraco, ya que fue en plena Recoleta,

1 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/150166-un-choque-entre-pesos-pesados-termino-contra-la-pared-de-una-casa-marcial-candioti-y-luciano-torrent.html

2 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139667-santafesinos-en-zagreb-en-la-final-de-la-copa-davis?origen=mobile

3 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141934?utm_source=relacionadas-next

en Bulevar y San Martín. La moto robada es una Honda Biz y la patente es LOU 248.⁴

(13/02/2018) Un reclamo ciudadano que necesita atención.

Una vecina no vidente de Punta Norte se comunicó con la redacción de El Litoral y comentó que se le hace complicado transitar por las calles del barrio, producto de una serie de problemas que presenta la zona.

Se trata de Gabriela, que a través del WhatsApp del diario, relató de forma contundente las necesidades de ese sector de la capital provincial. “Estamos abandonados tenemos los yuyos re altos, mucha basura, las calles están desmejoradas y falta alumbrado público”, explicó.⁵

(08/12/2018) (...) El video, fue grabado por una lectora de El Litoral, llamada Rosa. De acuerdo a la información que brindó, los niños son del Club Jacarandá y de la Residencia Universitaria Ribera.⁶

El caso paradigmático tal vez sea el de enero de 2019, cuando el director del Centro de Especialidades Médicas de Santa Fe (CEMAFE), más allá de su cargo y como un ciudadano más, hizo una denuncia que también comprende a su rol profesional:

(11/01/2019) El “Estacioná donde quieras” ya es un clásico dentro del sitio web de El Litoral. A diario, lectores envían a través de WhatsApp (342-6305344) innumerables imágenes que demuestran los malos hábitos de cientos de automovilistas que dejan aparcados sus vehículos donde les place, muchas veces desconociendo normas de tránsito e incluso respetando a otros ciudadanos.

El caso de este viernes es el segundo en poco tiempo que tiene como escenario al Centro de Especialidades Médicas de Santa Fe, conocido como Cemafe. El propio director del establecimiento, Dr. Pablo Ríos, se comunicó con El Litoral para advertir la presencia de un nuevo vehículo estacionado en zona prohibida.

4 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/160844-video-asi-se-roban-una-moto-en-ple-na-recoleta-bulevar-y-san-martin-periodismo-ciudadano.html

5 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/164891-en-punta-norte-reclaman-mejoras-para-el-barrio-en-el-norte-de-la-ciudad-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

6 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/185539-los-villancicos-sorprendieron-en-la-peatonal-santafesina-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

“Les mando este nuevo hecho de una persona que directamente estaciona bloqueando la rampa para discapacitados de Cemafe!!!”, escribió.⁷

Otro caso particular se da en marzo de 2017, cuando el artículo titulado *Video: nadie respeta la ciclovía de barrio Candiotti Sur*⁸ se dispara a raíz de imágenes publicadas en la red social Twitter citando como fuente al usuario.

(21/03/2017) En reiteradas oportunidades vecinos y ciclistas en general se quejan a través de las redes sociales y los medios por la falta de respeto a la ciclovía de barrio Candiotti Sur, de la ciudad de Santa Fe.

Un santafesino graficó de la mejor manera cómo los automovilistas estacionan sobre la senda habilitada para la circulación de bicicletas. A través de su cuenta de Twitter filmó el recorrido en un tramo de la calle Ituzaingó y detectó la innumerable cantidad de autos. (...)

Video de @juanpcaffaro

Estos son algunos de los pocos ejemplos en los que registramos un nombre propio detrás del envío de las imágenes o la información. En el resto de los artículos que componen el corpus nos encontramos nuevamente en su mayor medida con “lectores” y “vecinos” como fuentes de la publicación.

(12/09/2016) Nuevamente la esquina de Marcial Candiotti y Quintana, en el barrio Sargento Cabral de la ciudad de Santa Fe, es noticia por el choque de dos vehículos.

Las imágenes fueron enviadas al WhatsApp de El Litoral por un lector que hizo las veces de testigo de lo sucedido. Según su testimonio, este siniestro se produjo minutos después de las 8.30 de este lunes en la mencionada zona entre una camioneta y un auto.[...]⁹

7 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/187722-no-le-importa-nada-auto-mal-estacionado-bloquea-la-rampa-para-discapacitados-del-cemafe-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

8 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/145640-video-nadie-respeta-la-ciclovía-de-barrio-candiotti-sur-reclamo-reiterado-de-vecinos.html

9 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/136023-nuevo-choque-y-reclamo-en-barrio-sargento-cabral-marcial-candiotti-y-quintana

(13/12/2016) (...) Una lectora envió las capturas de pantalla de su teléfono celular al WhatsApp de El Litoral (342-6305344) contando que pidió un taxi a través de una aplicación y le sucedió algo inesperado: el coche seleccionado aparecía del otro lado del Océano Atlántico, más precisamente en Togo, África.¹⁰

En muchas ocasiones los artículos publicados en **Periodismo Ciudadano** tienen un fuerte anclaje en determinados lugares, barrios o calles de la ciudad de Santa Fe, de allí que los vecinos sean una de las principales comunidades que reconoce *El Litoral* en sus notas:

(06/01/2018) Vecinos del barrio sur enviaron fotos de una vieja casa abandonada que se encuentra en la ochava noreste de las calles Monseñor Zazpe y San Martín, un sector muy transitado por estar a pocos pasos de la peatonal. Este edificio está rodeado de marquesinas y está deshabitado desde hace muchos años. No obstante, esa protección sólo está en la planta baja, pero en la planta alta se observa el notorio deterioro de la estructura del inmueble, lo que genera preocupación porque un desprendimiento de mampostería podría lesionar seriamente a un transeúnte. De hecho, el pasado 15 de noviembre cayeron algunos bloques de material a la calle. Por fortuna, esos cascotazos no hirieron a nadie. No obstante, la situación edilicia sigue siendo la misma (o peor) y es lógico el temor de los vecinos que habitualmente circulan por esa zona, porque puede volver a pasar lo mismo.¹¹

(10/01/2017) Mientras el municipio realiza trabajo de bacheo en distintos puntos de la ciudad de Santa Fe, quedan lugares donde la rotura de calles genera inconvenientes en los ciudadanos.

Es el caso de este vecino de barrio Sur que compartió la imagen a través del WhatsApp de El Litoral (342-6305344) donde se puede apreciar el

estado actual de la vía pública. [...] ¹²

10 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/140495-insolito-pidio-un-taxi-en-santa-fe-y-el-coche-estaba-en-africa-cuanto-le-saldria-el-viaje

11 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/162550-reclamo-de-vecinos-ante-el-riesgo-por-el-deterioro-de-una-propiedad-abandonada-ya-hubo-desprendimiento-de-mamposteria-periodismo-ciudadano.html

12 [https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141952-reclaman-por-arreglo-de-calles-en-](https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141952-reclaman-por-arreglo-de-calles-en)

Otra comunidad que reconoce *El Litoral* es la de “ciudadanos” que aparece, en menor medida, también como alternativa similar a “lectores” y “vecinos”:

(24/12/2016) (...) Una lectora envió las fotos al WhatsApp de El Litoral (342-6305344) para denunciar a este irrespetuoso automovilista que dejó aparcado su vehículo en la zona de Rivadavia al 6400, en la mano izquierda y tapando el ingreso a la cochera de su domicilio.

En su relato, esta ciudadana ofuscada contó que estuvo, al menos, una hora y media aguardando para poder guardar su auto dentro de su vivienda. Con la bronca del caso, la lectora le dejó un “mensaje” pegado en el vidrio del lado del conductor.

(...)

Varios bocinazos alertaron a este segundo automovilista de su error y, finalmente, corrió el vehículo para que la vecina logre guardar su auto en su casa.¹³

(06/01/2018) La sección “Estacioná donde quieras” inaugura el año 2018 con el aporte de un lector que se vio sorprendido por la falta de criterio de un automovilista que dejó aparcado su vehículo en el cantero central de la playa de estacionamiento del shopping del puerto de la ciudad de Santa Fe.

Según el ciudadano que compartió la imagen, no quedaban dársenas disponibles para dejar el auto este viernes por la noche, alrededor por lo que hubo quienes improvisaron esta maniobra. [...] ¹⁴

(02/12/2016) (...) Es el reclamo de un vecino de barrio Sargento Cabral que se comunicó a través del WhatsApp de El Litoral (342-6305344) para expresar su descontento por un “corralito” instalado en la zona de J.M Zuviría al 1500.

“Cuidando el pasto hace como tres años. Hace mucho tiempo que está así. Abandonado”, dice este ciudadano.

barrio-sur-se-ven-los-adoquines

13 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141118-un-estaciona-donde-quieras-con-poco-espiritu-navideno-en-villa-maria-selva

14 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/162541-estaciona-donde-quieras-to-do-por-un-lugar-en-el-shopping-malos-habitos-periodismo-ciudadano.html

Al ser consultado sobre los pormenores de este vallado, el vecino contestó: “Más que la historia, lo que significa: desidia, abandono, inoperancia, falta de respeto al contribuyente.”¹⁵

Sin embargo, también nos encontramos en reiteradas ocasiones con otra comunidad: los “periodistas ciudadanos”. Este término aparece ya en la primera noticia que compone el corpus, en septiembre de 2016, aunque no hay regularidad en esta consideración que se registra alternadamente con las otras comunidades definidas por *El Litoral*.

(03/09/2016) Un periodista ciudadano compartió estas imágenes a nuestro WhatsApp, en las que se ve como un perro disfruta, y en posición privilegiada, del espectáculo que se vive en el circuito callejero de nuestra ciudad. Pegado al alambrado perimetral sigue el paso de los autos, la caravana de autos clásicos y de la Fiat Punto Abarth. Evidentemente el fuerte ruido de los motores de competición lejos de espantarlo llamaron la atención de este perro “tuerca”. Solo le falta un hueso.¹⁶

(07/06/2018) Un vehículo se incendió este jueves por la tarde y la destrucción fue total. El hecho se produjo alrededor de las 15 en avenida Gorriti al 5100, en el barrio Liceo Norte, en la zona norte de la ciudad. En el lugar actuó personal de Bomberos Zapadores, quienes extinguieron las llamas que consumieron en su totalidad al Renault 19. El video lo envió un periodista ciudadano a nuestro WhatsApp, quien comentó que “pasábamos por el lugar y despedía humo. Se acercó el dueño y cuando abrió la puerta agarró mucho más. Según se veía tomó fuego desde el tablero”, y agregó que “aparentemente fue espontáneo”.¹⁷

(14/03/2019) (...) En el video de pocos segundos se observa cómo un motociclista circula en contramano por calle Mendoza. “El tipo vino contra mano por Mendoza desde Urquiza hasta Avenida Freyre”, relató el

¹⁵ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139968-un-corrallito-que-resiste-el-paso-del-tiempo-en-barrio-sargento-cabral.it

¹⁶ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/135617-un-perro-tuerca-en-el-callejero-espectador-privilegiado

¹⁷ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/172305-video-auto-quemado-en-liceo-norte-gorriti-al-5100-periodismo-ciudadano.html

Periodista Ciudadano, un recorrido de cuatro cuadas. (...) ¹⁸

Esta clasificación de periodista ciudadano pretende generar mayor cercanía con el usuario del medio. Entrar dentro del selecto grupo de periodistas busca generar un sentido de pertenencia por parte de éste para con el diario. Sin embargo, la adjetivación de “ciudadano” todavía marca una diferencia jerárquica entre el medio y quien envía la información. Más allá que esta distinción de periodista ciudadano no sea la que más se registra durante el corpus, gran parte de las imágenes que se publican dan su crédito a “periodismo ciudadano”.

Por otra parte, en las publicaciones de **Periodismo Ciudadano** de *El Litoral* se incluye al final la invitación que interpela a participar:

Convertite en un periodista ciudadano

Envianos tus denuncias, reclamos o comentarios con fotos y videos a través de nuestra sección Periodismo Ciudadano (Desde el formulario de contacto). O a nuestro Whatsapp siguiendo estos simples pasos. Agreganos a tus contactos cliqueando aquí: (+54) (342)6305344. Porque tu mirada cuenta.

En esta invitación podemos destacar tres cosas. Primero, “convertite en un periodista ciudadano” marca una diferencia como dijimos entre el medio y el ciudadano que colabora, y ahora también con aquel que aun no lo hizo pero puede hacerlo para integrar el selecto grupo de periodistas ciudadanos. En segundo lugar, se destaca algo que ya mencionamos: el medio se dirige a su audiencia en la primera persona del plural, sin incluir en esa primera persona al usuario. En tercer lugar, al final se repite “porque tu mirada cuenta”, slogan que busca darle importancia a la participación del usuario.

Hay otra comunidad a la que el diario hace referencia tan sólo en dos ocasiones durante todo el corpus seleccionado y que, sin embargo, cree-

¹⁸ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/192110-en-moto-sin-casco-y-en-contra-man-no-por-calle-mendoza-infractor-y-peligroso-periodismo-ciudadano.html

mos es a la que apuntan los medios en la comunicación web: los usuarios.

(30/03/2018) Periodistas ciudadanos enviaron a nuestro whatsapp sus fotos de vehículos mal estacionados en la vía pública. En uno de ellos aparece una camioneta sobre la ciclovía, obstruyendo totalmente la circulación en ese sector de calle Ituzaingó, una cuestión que sigue siendo un reclamo constante de los ciclistas que circulan por esa zona. Mientras, otro usuario de ELitoral.com nos mandó una imagen en la que un vehículo aparece estacionado en la vereda, a la altura del 2900 de avenida Freyre, también obstruyendo o dificultando el tránsito de peatones.¹⁹

(21/05/2018) Dos periodistas ciudadanos enviaron fotos de autos más estacionados frente a la Universidad Tecnológica Nacional, en la zona de la costanera. Los coches son dejados sobre la vereda de Patricio Cullen al 6100, donde no solo dificultan, sino que hasta impiden la circulación de peatones. Además, como si fuera un desafío, ubican sus vehículos pegados al cartel de “Prohibido estacionar”. Los usuarios de ELitoral.com también destacaron el desprecio de estos conductores al estacionar sobre la vereda donde funciona una escuela primaria y un jardín de infantes, espacio que seguramente transitan menores diariamente.²⁰

En esta sección de la web de *El Litoral*, a diferencia del diario *UNO Entre Ríos*, se registran en mayor cantidad títulos que apelan a la ironía, la metáfora y las preguntas como recursos lingüísticos.

Por ejemplo, *Un conductor que dejó su auto un poquito mal estacionado* (29/11/2016)²¹ y *Estacioná donde quieras: Seguro no vió el césped* (30/12/2016)²² que hacen obvia referencia a autos que efectivamente están cometiendo sendas infracciones; o *¿Por acá se escapó el “Chapo” Guz-*

19 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/167748-la-ciclovía-y-la-vereda-los-espacios-para-dejar-sus-vehiculos-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

20 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/171017-un-cartel-frente-a-la-utn-difícil-de-entender-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

21 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139832?utm_source=relacionadas-next

22 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141427?utm_source=relacionadas-prev

mán? No, es un cráter en calle Juan de Garay (12/01/2017)²³, que muestra un bache de importantes dimensiones.

Para señalar algunas ocasiones donde la metáfora aparece como recurso, fundamentalmente en los títulos, señalamos: *Un perro “tuerca” en el callejero* (03/09/2016)²⁴; *Un bache céntrico hace “sufrir” a los autos* (23/10/2016)²⁵; o *Video: la imprudencia viaja en moto por Santa Fe* (11/01/2018)²⁶. En tanto, con una pregunta como título se registran los casos, por ejemplo: *¿Y los agentes? 3 en una moto y sin casco en plena Ruta 1* (25/11/2016)²⁷; *¿Bicisenda o estacionamiento?* (23/09/2017)²⁸; *¿El nuevo tren urbano de la ciudad de Santa Fe?* (16/03/2018)²⁹; *Estacioná donde quieras: ¿vale todo cuando hay partido?* (14/05/2018)³⁰; *¿San Martín estaría a favor o en contra de despenalizar el aborto?* (28/07/2018)³¹; *¿Nuevo estacionamiento en la Costanera Este?* (21/08/2018)³²; *Estacioná donde quieras: ¿Cuando se viene la tormenta, vale todo?* (14/12/2018)³³; *¿Por dónde pasan los peatones?* (02/02/2019)³⁴.

Pero así como se encuentran casos en los que la pregunta en el título funciona como recurso para invitar al usuario a la lectura, también se registran casos donde la exclamación se presenta como un llamado de atención:

23 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/142079-por-aca-se-escapo-el-chapo-guzman-no-es-un-crater-en-calle-juan-de-garay-un-peligro

24 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/135617-un-perro-tuerca-en-el-callejero-espectador-privilegiado?origen=mobile

25 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/137979-un-bache-centrico-hace-sufrir-a-los-autos-en-la-esquina-de-1-de-mayo-y-juan-de-garay

26 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/162877-video-la-imprudencia-viaja-en-moto-por-santa-fe-en-la-av-blas-parera-periodismo-ciudadano.html?origen=mobile&jwsourc=cl

27 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139627-y-los-agentes-3-en-una-moto-y-sin-casco-en-plena-ruta-1-imprudencia?utm_source=relacionadas

28 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/156148-bicisenda-o-estacionamiento-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

29 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/166842-el-nuevo-tren-urbano-de-santa-fe-domingo-silva-y-pedro-vittori-periodismo-ciudadano.html

30 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/170498-estaciona-donde-quieras-vale-todo-cuando-hay-partido-en-av-freyre-cuando-jugaba-union-periodismo-ciudadano.html

31 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/175597-san-martin-estaria-a-favor-o-en-contra-de-despenalizar-el-aborto-vandalizaron-un-busto-del-padre-de-la-patria-periodismo-ciudadano.html

32 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/177172-nuevo-estacionamiento-en-la-costanera-este-paseo-colapsado-una-feriado-de-sol-periodismo-ciudadano.html

33 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/186032-estaciona-donde-quieras-cuando-se-viene-la-tormenta-vale-todo-malos-habitos-en-las-calles-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

34 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189207-por-donde-pasan-los-peatones-talcahuano-7500-periodismo-ciudadano.html

Video: ¡Peligro! Una horda de ciclistas en contramano (26/01/2018)³⁵; ¡Cuidado! En moto por la Ruta 168 con bicis a cuesta (01/02/2018)³⁶.

Por otra parte, por ser una sección con fuerte anclaje en el material visual que envían los usuarios, también se repiten títulos que llaman a la acción, o al menos invitan indirectamente a hacerlo. Por ejemplo: *Video: Así fue el tiroteo en el Parque del Sur (28/12/2016)³⁷; Mirá los rayos en la ciudad de Santa Fe (04/01/2017)³⁸; Video: Así roban una moto en plena Recoleta (06/12/2017)³⁹; Video: así se robaron una moto en la Recoleta y a plena luz del día (07/09/2018)⁴⁰; Así quedó la ciudad luego del temporal (04/03/2019)⁴¹.* Claro que tras estos títulos, para el lector es necesario observar las imágenes para conocer el desenlace propuesto.

Estas llamadas a la acción también se registran en los cuerpos de las noticias, como por ejemplo en este caso donde se incluye un hipervínculo para acceder a las mejores publicaciones que se clasifican bajo el tag *Estacioná donde quieras*:

(23/09/2017) El estacioná donde quieras de la sección Periodismo Ciudadano de El Litoral tiene un nuevo capítulo en su larga historia de infracciones de automovilistas en la ciudad de Santa Fe.

En este caso, un lector envió una fotografía de una camioneta Renault Kangoo estacionada sobre la bisisenda que une el corredor para bicicletas de Pedro Vittori con el de Vélez Sarsfield. “A unos 100 metros de la chimenea hacia el este”, identificó el vecino el lugar exacto de la infracción.

Mirá los mejores “Estacioná donde quieras”

35 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/163855-video-peligro-una-horda-de-ciclistas-en-contramano-en-el-macrocentro-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

36 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/164231-cuidado-en-moto-por-la-ruta-168-con-bicis-a-cuesta-imprudencia-a-flor-de-piel-periodismo-ciudadano.html

37 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141341-video-asi-fue-el-tiroteo-en-el-parque-del-sur-de-milagro-no-hubo-que-lamentar-victimas

38 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141648-mira-los-rayos-en-la-ciudad-de-santa-fe-video-de-un-lector

39 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/160844-video-asi-se-roban-una-moto-en-ple-na-recoleta-bulevar-y-san-martin-periodismo-ciudadano.html

40 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/178478-video-asi-se-robaron-una-moto-en-la-recoleta-y-a-plena-luz-del-dia-las-heras-y-bulevar-periodismo-ciudadano.html

41 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/191278-asi-queda-la-ciudad-luego-del-temporal-tormenta-en-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

Consultado sobre el momento en el que presencié este mal uso de la bicisenda, este ciudadano contestó que sucede a diario pero que esta foto en particular fue tomada el miércoles 20 a las 7 de la mañana.

En su mensaje, a modo de broma el lector describió la imagen: “Estacionamiento libre”.⁴²

Pero *El Litoral* dio un paso más allá en el llamado a la acción cuando hacia fines de 2016 le propuso a su audiencia elegir la mejor publicación de la nombrada sección *Estacioná donde quieras*. El 23 de diciembre de aquel año tituló *Estacioná donde quieras: elegí al mejor del año*⁴³, a los que continuó en la bajada *Como cierre del año te invitamos a que selecciones al “peor” auto estacionado en las calles de la capital provincial. ¡Votá!* La propuesta terminaba en el cuerpo de la nota:

(23/12/2016) “Estacioná donde quieras” es la sección por excelencia de Periodismo Ciudadano. A través de WhatsApp (342-6305344), los lectores de El Litoral envían semanalmente imágenes de cómo los automovilistas de la ciudad de Santa Fe dejan mal estacionados sus vehículos.

Autos, camionetas y camiones no escapan de esta triste realidad que presentan las calles de la capital provincial. El enojo y la bronca que genera ver un vehículo mal aparcado hace que los ciudadanos se sumen a denunciar a través de este medio.

Desde ellitoral.com te invitamos a que veas los casos más representativos del 2016 y elijas al mejor.

Claro que, lamentablemente, la resolución de la encuesta no fue publicada, al menos en la sección de **Periodismo Ciudadano**.

Como ya mencionamos, a diferencia de **#UNOEnLaCalle**, *El Litoral* no hace abuso de la cita directa al usuario que envió la información. Tal es así que son sólo un puñado de casos donde se registra la frase entrecomillada del “vecino” en sus títulos: *Estacioná donde quieras versión deluxe*:

42 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/156148-bicisenda-o-estacionamiento-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

43 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141069-estaciona-donde-quieras-elegi-al-mejor-del-ano-en-la-ciudad-de-santa-fe

“Se fue a tomar unos lisos” (10/12/2016)⁴⁴; *“Todos los condimentos para una tragedia”* (29/07/2017)⁴⁵; *Estacioná donde quieras: “Una mamá muy apurada”* (27/09/2017)⁴⁶; *Estacioná donde quieras: “cero respeto al peatón”* (30/11/2017)⁴⁷; *“¿Se cae?”: un poste pende de un hilo en Guadalupe* (29/10/2018)⁴⁸; *Estacioná donde quieras: “Tengo que tener un helicóptero para meter el auto”* (13/02/2019)⁴⁹; *“¿Cómo salgo de mi cochera?” el reclamo de un vecino* (22/03/2019)⁵⁰; *“Imposible salir a trabajar así”* (29/03/2019)⁵¹; *Un poste pende de un cable: “podría generar un accidente en cualquier momento”* (03/04/2019)⁵², como ejemplos.

Como señalamos en el caso del medio web entrerriano, en las publicaciones de *ellitoral.com* tampoco se hace referencia generalmente a alguien en particular, a excepción del caso registrado el 26 de diciembre de 2016 cuando la noticia es tal fundamentalmente por los protagonistas. Aquel día **Periodismo Ciudadano** publicaba *Ricardo y el “Chino” Darín varados en Empalme Villa Constitución*⁵³, donde cuentan desde la perspectiva de un “asiduo lector” cómo los dos reconocidos actores pasaron unas horas en la ciudad del sur santafesino por un fuerte temporal que impidió continuar su viaje por la ruta.

Otros casos particulares que se dan a lo largo del corpus seleccionado de la sección **Periodismo Ciudadano** de *El Litoral* se dan en agosto de

44 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/140354-estaciona-donde-quieras-version-deluxe-se-fue-a-tomar-unos-lisos-este-viernes-por-la-noche

45 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/152793-todos-los-condimentos-para-una-tragedia-imprudencia-en-el-norte-de-la-ciudad.html

46 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/156406-estaciona-donde-quieras-una-mama-muy-apurada-en-pleno-centro-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

47 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/160452-estaciona-donde-quieras-cero-respecto-al-peaton-malos-habitos-periodismo-ciudadano.html

48 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/182393-se-cae-un-poste-pende-de-un-hilo-en-guadalupe-reclamo-de-vecinos-periodismo-ciudadano.html

49 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189982-estaciona-donde-quieras-tengo-que-tener-un-helicoptero-para-meter-al-auto-malos-habitos-en-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

50 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/192751-como-salgo-de-mi-cochera-el-reclamo-de-un-vecino-estaciona-donde-quieras-version-deluxe-periodismo-ciudadano.html

51 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/193301-imposible-salir-a-trabajar-asi-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

52 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/193704-un-poste-pende-de-un-cable-podria-generar-un-accidente-en-cualquier-momento-en-el-norte-de-la-ciudad-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

53 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141193-ricardo-y-el-chino-darin-varados-en-empalme-villa-constitucion-temporal-en-santa-fe

2017 y en enero de 2018. En el primero de los casos, a partir de una imagen recibida de parte de un usuario, el medio plantea una problemática social, opina, llama a la reflexión y deja la pregunta planteada:

(16/08/2017) Un periodista ciudadano nos envió esta foto que tomó este miércoles a las 18 en avenida Peñaloza al 5900, en la zona norte de la ciudad, donde circulaba una moto sin patente con cuatro personas: dos mayores, dos menores de edad (ninguno llevaba casco) y hasta el perro. Es muy común que a nuestro whatsapp de Periodismo Ciudadano lleguen imágenes como esta, y siempre surge el mismo planteo respecto de la encrucijada a la que muchas familias deben hacer frente a la hora de trasladarse: usar el transporte público, que es un servicio lento, malo y caro (si es que pueden hacer frente a este gasto), o correr un riesgo enorme y poner en peligro la vida de los más chicos cuando se suben todos a la moto para llegar más rápido a destino y a un costo mucho más bajo. En algunos casos el bolsillo no permite que vayan todos en colectivo, pero ¿se justifica asumir un riesgo tan grande en las peligrosas calles de Santa Fe?⁵⁴

El segundo caso se da en el marco de una publicación más bien informativa, pero que cierra con una pregunta muy curiosa:

(06/01/2018) (...) “Si todas las dársenas del shopping están ocupadas, lo dejamos estacionado arriba del cantero central, total a nadie le importa ni dice nada”, escribió el lector.

¿Qué opinás?⁵⁵

Lo curioso aquí es que se invita a opinar al lector, con el detalle que los comentarios de la audiencia no están habilitados en esta sección de la web de *El Litoral*. Seguramente por esto no son habituales los llamados a reflexionar u opinar en la sección **Periodismo Ciudadano**.

En esta última publicación citada encontramos también una pregunta
54 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/153888-todos-en-moto-hasta-el-perro-sin-casco-ni-patente.html

55 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/162541-estaciona-donde-quieras-todo-por-un-lugar-en-el-shopping-malos-habitos-periodismo-ciudadano.html

ta destacada con “negrita”, una marca tipográfica poco utilizada por *El Litoral* en esta sección. Sin embargo encontramos otros tipos de marcas, por ejemplo, frases destacadas en otro tamaño y tipografía, como así también pasajes en el cuerpo de la nota que son resaltados en color naranja.

En ocasiones encontramos también en **Periodismo Ciudadano** un enunciador pedagógico, alguien que nos quiere ilustrar acerca de algo que no sabemos, que adopta esa posición de poder que da el conocimiento:

(01/02/2019) (...) **¿Cómo se produce un cortocircuito?**

Se produce normalmente por los fallos en el aislante de los conductores, cuando estos quedan sumergidos en un medio conductor como el agua o por contacto accidental entre conductores aéreos por fuertes vientos o rotura de los apoyos. En nuestra ciudad y debido a las altas temperaturas que reinan durante el verano, los aislantes térmicos llegan a derretirse o desmejorarse severamente⁵⁶

La participación ciudadana, denunciando a través de estos medios, tiene sus resultados. Al menos así lo atestigua el propio diario *El Litoral* en su publicación del 18 de enero de 2019:

(18/01/2019) Este viernes, luego de reiteradas publicaciones de El Litoral (generadas a partir de contactos desde la propia dirección del centro de salud) una grúa municipal se llevó un vehículo que permanecía mal estacionado bloqueando el ingreso al Cemafe.

(...)

Como en las oportunidades anteriores, desde el propio Cemafe se comunicaron con El Litoral a través del WhatsApp (342-6305344) advirtiendo la novedad. “Haciendo lo que corresponde”, señalaron.

Al ser consultados, desde el centro de salud explicaron que desde que hicieron la denuncia, la grúa demoró unos 10 minutos. “Las fotos publicadas sirvieron. Hay que seguir insistiendo”, remarcaron.⁵⁷

56 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189137-video-peligroso-cortocircuito-en-el-centro-de-la-ciudad-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

57 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/188182-era-hora-la-grua-se-llevo-a-un-auto-que-bloqueaba-un-ingreso-al-cemafe-tras-reiteradas-publicaciones-de-el-litoral-periodismo-ciudadano.html

El medio también deja marcas que reflejan el trabajo de la Redacción en sus publicaciones:

(19/10/2016) La lluvia de la madrugada generó algunas complicaciones en diversos sectores de la ciudad de Santa Fe, sobre todo en algunos barrios del norte de la capital provincial.

De ello dieron cuenta lectores de El Litoral, quienes enviaron imágenes de cómo se encuentran algunas calles de barrios como Loyola, Liceo Norte, Cabaña Leiva, Pompeya.

Cabe señalar que, según los registros del municipio, desde la medianoche cayeron, en promedio unos 66 milímetros: 55.5 mm en la zona del Hospital de Niños; 72.25 mm en el CIC de Facundo Zuviría; 63.75 mm en Alto Verde; 75 mm en la zona del centro de la ciudad.

Desde la Municipalidad, informaron que se realiza una supervisión de las estaciones de bombeo y el sistema de desagües de la ciudad, que funcionan con normalidad.

También se registraron algunos inconvenientes con la normal circulación del transporte público.⁵⁸

(25/11/2016) (...) “Riguroso control sobre Ruta 1”, escribió este ciudadano preocupado por el panorama que le tocó ver. Al ser consultado por El Litoral, el vecino comentó que “lamentablemente se volvió algo muy común”.

También dijo que suelen verse operativos de la policía provincial y de Gendarmería pero no de inspectores de tránsito.⁵⁹

Pero el caso más importante que podemos destacar en esta relación medio/audiencia se da en mayo de 2018, y nuevamente en el marco de la tan mencionada sección *Estacioná donde quieras*. El día 18 de aquel mes la web de *El Litoral* publica en la sección *Área Metropolitana* un informe titulado *Dale que va: la mala costumbre de estacionar en cualquier lado*⁶⁰,

58 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/137775-complicaciones-en-algunos-barrios-por-las-lluvias-en-el-norte-de-la-ciudad-de-santa-fe

59 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139627-y-los-agentes-3-en-una-moto-y-sin-casco-en-plena-ruta-1-imprudencia

60 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/170883-dale-que-va-la-mala-costumbre-de

impulsado por la cantidad de denuncias por mal estacionamiento que reciben a diario, y así lo reflejaban en este artículo:

(18/05/2018) (...) La web de El Litoral inventó una sección —Estacioná dónde quieras— para encuadrar el flujo de fotos que llegan con autos estacionados en lugares absurdos: en las ochavas, en las veredas y hasta debajo de los puentes. (...)

Este informe es luego vinculado en la publicación del 22 de mayo (*Estacioná donde quieras: la vereda es mía y de nadie más*)⁶¹ de la sección de **Periodismo Ciudadano**.

En *El Litoral* el espacio destinado a las noticias enviadas por los usuarios es un lugar más inclusivo, de pertenencia o cercanía, al definirlos en ocasiones como “periodistas ciudadanos”. Sin embargo esta decisión esconde también la distancia jerárquica con el periodista profesional. *El Litoral* publica piezas que aportan datos, rigurosidad, y legibilidad, mostrando así el trabajo del medio más allá de la información, y el tono expresivo y cotidiano que dan los ciudadanos.

V.a. Cómo se perciben los lectores

Al no permitir comentarios por parte de los usuarios en sus notas, *El Litoral* no hace posible ejercer el lugar de ciudadano, pone de manifiesto una forma de limitar la expresión del usuario. Esto resulta contradictorio si pensamos que este medio pretende acercarse a la audiencia al hacerla sentir parte llamándola muchas veces como “periodistas ciudadanos”. La ausencia de comentarios dificulta claramente la posibilidad de identificar, encontrar marcas en la enunciación, que permitan conocer cómo se perciben a sí mismos los lectores y cómo perciben al medio de comunicación. Sin embargo, tomando como referencia las citas directas señaladas en los

estacionar-en-cualquier-lado-en-algunas-zonas-de-la-ciudad-area-metropolitana.html
61 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/171063-estaciona-donde-quieras-la-vereda-es-mia-y-de-nadie-mas-malos-habitos-periodismo-ciudadano.html

artículos, podemos marcar que los usuarios que envían fotos, videos e información a **Periodismo Ciudadano**, se perciben como vecinos de la ciudad, conocedores del barrio o de la calle en la que están reclamando o denunciando, testigos de lo que sucede y lo que critican:

(11/08/2017) (...) En su mensaje, el lector expresó: “Pasan los vehículos y la chapa se corre. Queda un hueco que se va a meter una moto y podría ocurrir una desgracia. Hace ruido que los vecinos no podemos dormir hace días”.⁶²

(19/05/2018) (...) Para finalizar, el vecino resaltó que fueron los cuidacoches de la zona quienes “hicieron colocar los autos sobre la vía. Cobraron y se fueron”. “Los vecinos estamos hartos porque a veces estacionan frente a los garajes y no podemos salir con nuestros vehículos. Además por la mugre que dejan los choripaneros y además por el olor a orina que dejan los hinchas”, cerró.⁶³

(02/02/2019) Una imagen vale más que mil palabras, dicen. Y este es uno de los casos. Al ver la imagen nos preguntamos: **¿por dónde pasa un peatón en una acera que está “tomada” por los pastos altos?**

Esa misma pregunta se hizo una vecina de Talcahuano al 7500 que envió su foto al WhatsApp de El Litoral y se convirtió en una periodista ciudadana. **“Los vecinos no podemos transitar por la vereda”, relató a El Litoral la vecina.**⁶⁴

Se perciben como ciudadanos contribuyentes con derecho a una ciudad que tenga las condiciones de limpieza, ambientales, de tránsito que necesitan:

(02/12/2016) (...) Al ser consultado por los pormenores de este vallado, el vecino contestó: “Más que la historia, lo que significa, desidia, abando-

62 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/153548-un-chapon-genera-inconvenientes-en-el-centro-de-la-ciudad-en-calle-san-jeronimo-al-1900.html

63 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/170886-el-tren-no-pudo-avanzar-por-autos-estacionados-en-la-via-insolito-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

64 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189207-por-donde-pasan-los-peatones-talcahuano-7500-periodismo-ciudadano.html

no, inoperancia, falta de respeto al contribuyente”.⁶⁵

(31/01/2017) (...) El segundo reclamo corresponde a la zona de calle Avellaneda al 3900: “Todos los días tiran mugre. Ahora también aparecen animales muertos. Es insoportable el olor nauseabundo. Los impuestos son altos, el servicio pésimo”, remarcó el lector.⁶⁶

(21/01/2019) (...) En el primero de los barrios nombrados, los vecinos pusieron manos a la obra e hicieron un fondo común para comprar escombros y colocarlo en la zona de calle Formosa al 5700 (a la altura de Blas Parera 9300). Así lo contó un lector de El Litoral que expuso: “Entre los vecinos colaboramos para mejorar la cuadra, porque no obtenemos las respuestas de las autoridades correspondientes”. Además, señaló que también colocaron luminarias.⁶⁷

También podemos identificar situaciones donde el usuario se incluye dentro del colectivo que comete faltas, dentro de esa comunidad que tiene que hacer las cosas de una mejor manera:

(31/07/2018) (...) Junto con las fotos nos envió el siguiente mensaje: “Entiendo tu apuro que tuviste que comprar el combo de la hamburguesa desde el auto, pero ¿te parece justo que los vecinos tengan que juntar tus residuos? ¿No podías dejar la bolsa de papel con el vasito, las servilletas sucias, la cajita, etc. en el mismo coche y tirar todo más tarde? Y no se ven niños en el auto... después decimos por qué estamos como estamos, cuando NADA de lo que te rodea te importa, sólo tu ombligo, nos pasa lo que nos pasa como sociedad”⁶⁸

(15/01/2019) (...) Con esta, ya es la tercera vez en los 15 días de enero que personal (incluso el propio director) del centro de salud se contacta

65 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/139968-un-corrallito-que-resiste-el-paso-del-tiempo-en-barrio-sargento-cabral.it

66 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/142932-vecinos-reclaman-por-recoleccion-de-basura-en-dos-barrios-de-la-ciudad?origen=mobile

67 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/188346-reclamos-por-falta-de-mantenimiento-en-distintos-puntos-de-la-ciudad-yuyos-altos-arreglo-de-calles-basura-y-falta-de-iluminacion-periodismo-ciudadano.html

68 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/175779-un-mugriento-por-maria-selva-tira-la-basura-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

con El Litoral para avisar de esta situación.

“No aprendemos más”, es el mensaje que acompaña las fotos. (...) ⁶⁹

(05/02/2019) (...) Un video enviado a la redacción de El Litoral da cuenta de esta situación. En las imágenes, se ve una fila interminable de autos mal estacionados a metros del cartel que expresa la prohibición de dicha acción. “Exclusivo bicicleta...autito...autito...nadie respeta”, se escucha decir al periodista ciudadano que mandó su video al WhatsApp del diario. Y sigue: “No aprendemos. Quién controla esto?” ⁷⁰

En el corpus también se registran otros colectivos o comunidades en casos particulares, como por ejemplo “los ciclistas”, la comunidad educativa de la Escuela Manzitti (uno de los casos denunciados recurrentemente en **Periodismo Ciudadano**), o la comunidad de trabajadores del Cemafe.

Igualmente, este tipo de citas no refieren a cómo el usuario identifica al medio de comunicación. En sólo una ocasión la sección **Periodismo Ciudadano**, en clave de denuncia, reproduce un mensaje recibido donde es reconocido por los lectores:

(26/01/2018) “**Ya les vamos a caer**”

Este grupo de ciclistas, al ver la nota publicada en ElLitoral.com, se comunicó al whatsapp de Periodismo Ciudadano para explicar que la movida que realizan es una “protesta” a modo de reclamo por más bicisendas y, principalmente, para que se construya un espacio o parque exclusivamente para ellos, para poder practicar su deporte. No obstante, lo más sorprendente es que más de uno (recibimos mensajes de siete de ellos) exigía que El Litoral debe hacerse cargo y construir ese espacio. Ante la respuesta negativa, uno de ellos amenazó con un “**ya les vamos a caer**”. En otro mensaje avisaron: “**Pone seguridad en la puerta de el litoral Mañana se arma quilombo. Vamos a ir 1000 personas les vamos a prender fuego el rancho.** Me cuchate. Son más gatos que macri”. ⁷¹

69 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/187950-vuelven-a-bloquear-el-acceso-de-ambulancias-del-cemafe-con-un-auto-mal-estacionado-estaciona-donde-quieras-periodismo-ciudadano.html

70 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189377-costanera-oeste-la-playa-de-estacionamiento-mas-grande-de-la-ciudad-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

71 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/163855-video-peligro-una-horda-de-ciclis-

Los medios, como actores del proceso de comunicación simbólica entre la ciudadanía y la construcción de la agenda pública, se conforman como protagonistas del hecho político, de la fiscalización de los actos de gobierno. Bajo la premisa de la comunicación como característica fundamental de la democracia, los medios, y por tanto los periodistas, suponen objetividad a la hora de informar. Sin embargo, esta supuesta ausencia de un modelo político en los medios no es tal. Aquí *El Litoral* reproduce voces críticas que de cierto modo reflejan la libertad de expresión, la posibilidad de que todos tengan su voz en el medio de comunicación. Es una herramienta que da credibilidad. Por otra parte, compartir este mensaje reactivo ante la publicación de la noticia, donde un usuario expresa de forma agresiva su descontento, amenaza mediante y sin intenciones de entablar un diálogo, también cumple la función de neutralizarla.

Aquí el usuario se muestra en disidencia con la noticia publicada con el diario, más allá de no manifestar una opinión sino una apreciación adversativa, amenazante, violenta, o polémica, enfrentando las posiciones contra un “otro” que se considera enemigo, adversario.

El comentario del usuario presenta un contradestinatario (el diario) mediante apelativos peyorativos y descalificantes, sin embargo el medio no lo calla sino que lo publica y pone en evidencia. En una actitud “democrática” reproduce un comentario en su contra, a pesar de no tener habilitados los comentarios en sus notas.

Además incluye mediante la comparación una crítica al entonces presidente Macri con el cual el usuario intenta construir una imagen del medio, mientras que *El Litoral*, en tanto este mensaje pasó por los filtros del periodista y del editor, termina por construir la imagen del usuario y el grupo al que se hace referencia en la noticia.

La publicación de este mensaje, con el que por supuesto el diario no está de acuerdo, también refleja su posición respecto a la agresión al ex-presidente.

Las nuevas tecnologías han llegado también para democratizar la co-
tas-en-contramano-en-el-macrocentro-de-santa-fe-periodismo-ciudadano.html

municación. Los medios caerían en un grueso error si se encierran en las posiciones conquistadas, en su lugar de legitimadores de la información y no dieran espacio a sus usuarios o lectores. Sin embargo, como ya hemos dicho, este espacio de participación para el lector siempre está mediado por periodistas y/o editores que publican, ratifican o rectifican la información. Entonces, la crítica a Macri, ¿parte de quien envió el mensaje o del diario? El periodista como mediador en el flujo de la información puede distorsionar la intención del mensaje para que juegue en favor del medio. La falsa posición neutral, demostrando la agresividad del mensaje recibido, juega en favor de la posición dominante en este caso.

Esta comunicación sin ideologías no es más que portadora de una ideología más fuerte que es la de la existencia de un periodismo neutral, distanciado de los poderes, en actitud de vigilancia para llegar a la verdad. Pero, por el contrario, un periodismo supuestamente objetivo siempre tiene una visión de lo que es un buen gobierno, por ejemplo, lo que se traslada al debate público, y la agenda mediática.

Otro caso donde se reproduce directamente un mensaje recibido y donde el medio es reconocido por los lectores se da en el artículo referenciado en capítulos anteriores del 8 de marzo de 2018, cuando el medio otorga el derecho a réplica a un ciudadano fotografiado y publicado el día previo. Ese día *El Litoral* decía:

(08/03/2018) En este sentido, explicó: “Tenemos la bendición de enviarlos a un colegio. Mi única forma de movilidad es esa moto carga; debido a que los transportes que entran a mi barrio ninguno llega al colegio; y los que llegan al colegio no quieren entrar al barrio. El servicio de colectivo es muy malo y a veces debido a la gran cantidad de personas no dan abasto y los dejan parados sin poder llegar al lugar de destino. Por eso es que me veo en la penosa obligación de llevarlos yo en la moto carga, ya que luego de dejarlos me voy a vender”.

En la continuidad de su relato, López señaló: “Creo que fue muy injusto subir una foto y una noticia sin conocer las debidas consecuencias”. Además, aclaró que el horario que estaba equivocado porque “a las 9 ya

estaban en el colegio”.

“Pienso que no molestamos ni ofendemos a nadie como para ser juzgados de esa forma sin conocer el verdadero esfuerzo y sacrificio que uno hace como padre para darles una mejor educación y un futuro próspero sin importar el barrio, o las circunstancias económicas”, cerró.⁷²

Aquí el usuario apunta directamente el medio, cuando habla de subir una noticia “sin conocer las debidas consecuencias”, y a la ciudadana que envió las fotos al diario.

El Litoral toma como estrategia discursiva la inclusión de sus usuarios y lectores como periodistas. Este intento de acercamiento se encuentra con un freno al ver que a estos periodistas se los adjetiva y diferencia inmediatamente como ciudadanos. La sección también utiliza el estilo expresivo y cotidiano, apelando al humor, a la complicidad. Nuevamente se distancia al ver que no se permiten los comentarios de los usuarios en las publicaciones. En **Periodismo Ciudadano** encontramos un mayor trabajo del propio medio, tomando como disparadores las imágenes, videos, e información recibida de sus lectores.

⁷² https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/166336-la-historia-detras-de-una-foto-respuesta-periodismo-ciudadano.html

Capítulo VI

La **imagen** en el contrato de lectura

Uno de los problemas que atraviesa el periodismo es el de la falta de credibilidad. Desde fines del siglo XIX hasta ya muy avanzado el siglo XX esta profesión pasó por etapas de desconfianza, donde los periodistas eran vistos como personas corrompibles que se vendían el mejor postor, y por períodos donde la profesionalización y la independencia generaron un periodismo profesional consolidado. Sin embargo, con el paso de los años se reclamó un menor culto a la objetividad para darle lugar a la subjetividad, a la interpretación además de la información. Claro, la subjetividad y la interpretación traen aparejado la posibilidad de generar sospechas en cuanto a la veracidad de lo publicado. Ya en la segunda mitad del siglo XX el periodismo, con sus fines comerciales, da un giro en dirección al espectáculo, por encima de la información. La mercantilización de las noticias, sumado a la creciente subjetividad, fueron en detrimento de la credibilidad periodística.

Cuando hablamos de la credibilidad en los medios de comunicación, desde el punto de vista objetivo de este concepto, nos referimos al grado de precisión o exactitud de una información, sostenidos en valores

como la confianza, la veracidad, la experiencia y la buena voluntad. Al momento de referirnos a la prensa escrita, podemos identificar a la confianza y a la experiencia como factores principales de la credibilidad. Las cualificaciones del medio, su precisión, imparcialidad, dinamismo, competencias y conocimiento también son dimensiones de peso a la hora de hablar de su fiabilidad.

El informe *Digital News Report 2020*¹ del *Reuters Institute for the Study of Journalism*, basado en encuestas realizadas en 40 países de distintos continentes, refleja una caída del 4% en la confianza de las personas en las noticias que consumen. La pandemia provocada por el virus COVID-19 también atravesó este estudio, que reveló que en abril de 2020 el 32% de los encuestados consideraba que los medios estaban exagerando la situación. Esta porción de la población estaba encabezada por ciudadanos argentinos (41%). Al mismo tiempo, y tomando como referencia a la población total encuestada, el Reuters Institute afirma que los políticos encabezan la lista de principales responsables de información online falsa con el 40%, seguidos por los activistas políticos (14%), los periodistas (13%), la gente común (13%) y los gobiernos extranjeros (10%).

Tomando los datos que se reflejan de Argentina en este estudio, sólo el 33% de las personas entrevistadas dicen que pueden confiar en la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo, mientras que el 60% declaró estar preocupada por distinguir las noticias reales de las falsas.

Los nuevos medios tecnológicos, al alcance de la ciudadanía, han provocado que los medios de comunicación pierdan el monopolio de la intermediación entre el ciudadano y la información; sin embargo, aún sostienen su condición de legitimadores de esa información. Igualmente, y desde la irrupción de los medios de comunicación digitales, la credibilidad ha ido perdiendo paulatinamente su preponderancia para darle mayor lugar a la importancia de generar tráfico a las webs, de generar clics. Es decir, que los medios han perdido de vista su función social, la

1 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report-2020-resumen-ejecutivo-y-hallazgos-clave#footnote-01>

de ejercer buen periodismo, por su visión empresarial. Por el contrario, un medio que demuestra su interés y compromiso con el ámbito de lo público, y también tiene en su consideración la opinión y el punto de vista de los lectores, es un medio que genera una influencia positiva en sus receptores.

En su libro *Periodismo Social. Una nueva disciplina* (2009), Alicia Cytrynblum refleja estudios de la consultora Gallup respecto a la credibilidad de distintos actores sociales entre 1984 y 2007. Al respecto esta autora sostiene que:

la imagen positiva cayó en picada no solo para los medios sino también para las empresas, los partidos políticos, la Justicia, el Congreso y el sindicalismo. Es decir que casi todos los actores institucionales atravesaron un proceso de pérdida de la confianza pública. De todos modos, los medios de comunicación no cambiaron su estrategia con respecto a sus fuentes tradicionales. A pesar de que éstas no cuentan con el crédito mínimo de la población, son elegidos como fuentes principales de la mayoría de los medios. La consulta casi excluyente de fuentes que no gozan de la confianza pública arrastra para abajo la credibilidad de los medios (que a su vez también son percibidos como empresas). (Cytrynblum, 2009: 63)

Darle espacio al usuario en las publicaciones también considera un riesgo al momento de sostener la confianza en la información recibida. Sin embargo, al ciudadano no se le exige el mismo nivel de credibilidad que a un periodista profesional, a quien en cambio, se le exige un valor agregado cuando la publicación nace de un aporte ciudadano. Como afirma Sergio Martínez Mahugo, “es ahora cuando son más necesarios los buenos periodistas: los profesionales que verifiquen, contextualicen y puedan acreditar la veracidad necesaria de los mensajes” (Martínez Mahugo, 2006: 332).

Internet ha llegado para que los usuarios tengan un espacio que no tenían en los medios tradicionales, y esta democratización de la co-

municación ya no tiene vuelta atrás. “Una vez se les ha dado voz a los públicos, nadie puede acallarlos. Y hasta que los medios tradicionales no entiendan que se ha producido un cataclismo en el ecosistema en el que hasta ahora se movían, no tendrán una mínima oportunidad de subsistir”, sostiene Martínez Mahugo (2006: 332). Por otra parte, esta relación entre los medios de comunicación y la participación ciudadana brinda beneficios mutuos: por un lado, son los medios quienes colaboran y hacen visible un reclamo de la sociedad que, por hacerse público, se acerca más a una posible solución. Por otro lado, este espacio para los ciudadanos, que tiene el fin de colaborar con sus inquietudes, genera un impacto positivo para los medios de comunicación en su relación de cercanía con la gente. Como afirma Alicia Cytrynblum, “cuando desarrollan su rol de servicio, colaboran en la participación ciudadana y en el fortalecimiento de la democracia, son percibidos como aliados por la sociedad y como consecuencia consiguen fidelizar, y en algunos casos, aumentar su audiencia” (Cytrynblum, 2009: 214).

En esta situación la imagen juega su papel fundamental en el periodismo ciudadano: tiene una función de anclaje, de testigo, de prueba ante el relato del usuario que, por no contar con el prestigio del periodista profesional de un medio reconocido, se ampara en lo que puede demostrar, narrar, desde el registro visual o audiovisual; es decir, así como el medio tradicional es legitimador de la información, la fotografía juega un papel similar como validador del hecho narrado. De la falta de rigurosidad en la información, surgen artículos periodísticos de dudosa calidad. Pero claro, el periodismo no profesional (y no me refiero aquí al profesionalismo asalariado, sino al profesionalismo metodológico), falto de trabajo de investigación, podría encontrar su sustento en las imágenes que prueban su relato. Como afirma Stuart Hall, “el significado de un acontecimiento no existe hasta que se representa” (citado por Salkeld, 2014: 74), y esta representación empieza a formar parte, es constitutiva de lo sucedido. Lo que este acontecimiento signifique surge directamente de la repre-

sentación lograda en la fotografía. Bajo estas circunstancias, el papel del fotoperiodista o fotógrafo documental se ve atravesado por la responsabilidad ética que conlleva su labor: Salkeld sostiene que como espectadores de aquellos registros “necesitamos ser capaces de creer que lo que la fotografía muestra, en la medida de lo posible, es aquello que nosotros hubiéramos visto si hubiéramos estado en el lugar del fotógrafo” (Salkeld, 2014: 74). Más allá de la visión subjetiva del fotógrafo, se supone que el obturador de la cámara es neutral a la escena, y ello la hace “verdadera”.

Desde fines del Siglo XIX, cuando George Eastman, bajo el lema “Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto”², puso a la fotografía al alcance de millones de personas, hasta las cámaras incorporadas a los teléfonos celulares, cada vez de mayor calidad, nos indican que cualquiera puede ser fotógrafo. O que cualquiera puede tomar una fotografía, en realidad. La información está en la foto, no en lo que se redacte.

Las imágenes publicadas en **#UNOEnLaCalle** y en **Periodismo Ciudadano** reflejan situaciones cotidianas, espacios públicos locales, calles de barrios periféricos, etcétera, pero en una calidad que no es propia de dos de los multimedios más importantes de la región, aunque sí es propia de teléfonos celulares de usuarios no profesionales, sin conocimiento (no tienen por qué tenerlo) de las reglas de la fotografía profesional. Más allá de la voluntad informativa de los usuarios, la calidad de las imágenes es, en general, mala. Esta característica les juega a favor: los teléfonos celulares son una herramienta muy útil a la hora de contar una historia verídica. La baja resolución, los pocos números de píxeles, pasan de ser un defecto a una cualidad a la hora de distribuir imágenes que pretendan relatar la realidad.

Dentro del amplio banco de imágenes registrado en el corpus trabajado, se destacan fotografías que cumplen con cierto criterio periodístico, aunque también hay muchas que no. La fotografía periodística se caracteriza por ser técnicamente buena e impactante, aunque el hecho

² En 1888 Eastman saca al mercado la primera cámara fotográfica en serie, la Kodak, cargada con una película transparente. A partir de allí el desarrollo de esta industria no paró de crecer hasta el siglo XX.

que narre no cuente con las mismas características. Debe buscar el ángulo distinto de la información, el lado expresivo, pero sin caer en los retoques estéticos a los que somos tan adeptos en las redes sociales. Por otra parte la definición, nitidez, incluso las dimensiones de la imagen, varían de publicación en publicación, o dentro del mismo artículo.

¿Es esto un impedimento para cumplir su función informativa? ¿Influye sobre su credibilidad? Sostengo que no. La cualidad de ser un registro directo sostiene su credibilidad. En *Escenas de la vida posmoderna* (2006), Beatriz Sarlo define al registro directo, desde el punto de vista de la televisión, como una ilusión. Trazando un paralelismo con las secciones de periodismo ciudadano de estos sitios digitales, sucede que el lector recibe una imagen que da la impresión de no haber sido intervenida técnica ni estilísticamente, son un registro directo de un usuario para otro. El público no registra posibles intervenciones, y en definitiva, el medio “refuerza su credibilidad en el borramiento de cualquier deformación de lo sucedido cuando se recurre al registro directo” (Sarlo, 2006: 75).

Este registro por parte del periodista ciudadano, de baja calidad, refuerza la idea de que nadie intermedia esa comunicación y anula la presencia del periodista profesional o editor que filtra esa publicación. En este sentido Sarlo (2006) sostiene:

La ilusión de verdad del discurso directo es (hasta ahora) la más fuerte estrategia de producción, reproducción, presentación y representación de “lo real”. Se tiene la impresión de que entre la imagen y su referente material no hay nada o, por lo menos, hay poquísimas intervenciones y esas intervenciones parecen neutras porque se las considera técnicas. Frente al registro directo se puede pensar que la única autoridad es el ojo de la cámara (¿cómo desconfiar de algo tan socialmente neutro como un lente?). En este punto, el registro directo parece anular un debate de siglos sobre la relación entre mundo y representación. (Sarlo, 2006: 76)

Claro está que la neutralidad no es en verdad una pieza que esté

sobre la mesa en este caso. El lente, o la cámara del teléfono en este caso, aún en esta suerte de registro directo, tiene una puesta en escena, un encuadre (y todo lo que ello implica, lo que está y lo que queda fuera de la imagen), las distancias que armonizan o no la toma, por ejemplo. Y esto pasa aún inconscientemente, para quienes toman las imágenes y las envían al medio.

Pero claro, esta sensación de falta de habilidad técnica, de descuido, de que cualquiera puede sacar una foto y enviarla, aporta su cuota de credibilidad y de confianza en la información publicada. Como continúa Sarlo,

El registro directo produce una verdad que se agrega al mayor poder de convicción que se adjudica a las imágenes sobre las palabras sin imágenes. No hay ningún mal intrínseco en las imágenes; ellas tienen esa capacidad de parecer más inmediatas que cualquier otro discurso. En una cultura sostenida en la visión, la imagen tiene más fuerza probatoria porque no se limita a ser simplemente verosímil o coherente, como puede ser un discurso, sino que convence como verdadera: alguien lo vio con sus propios ojos, no se lo contaron. El registro directo pone al espectador en los ojos de la cámara y nadie tiene que contarle nada porque es como si hubiera estado allí. Incluso mejor, porque no hubiera podido acercarse de ese modo para captar una mueca imperceptible con la nitidez del primer plano, o quizás se hubiera distraído con detalles secundarios que la cámara ha sacado de cuadro (Sarlo, 2006: 77)

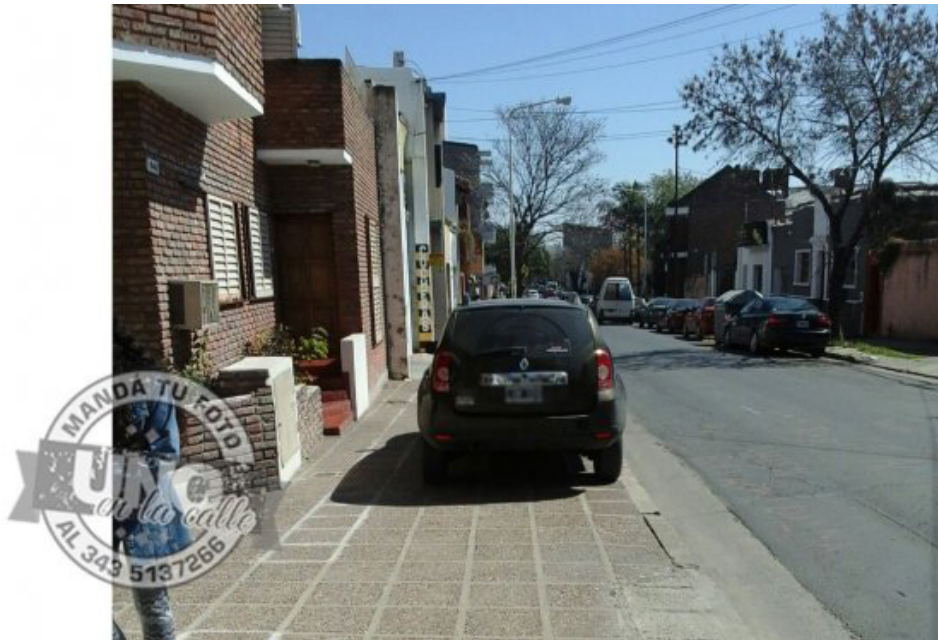
En ambos medios esta sensación de ausencia de intermediación entre la imagen tomada y el lector se mantiene, aún ante pequeñas huellas que **#UNOEnLaCalle** y **Periodismo Ciudadano** dejan en sus publicaciones, y que no parecen influir en el propósito final ni en la comunicación entre el periodista ciudadano y el usuario que lee la imagen. Sin embargo, Eliseo Verón (1985) sostiene que el enunciador encuentra en la imagen de prensa otro lugar para manifestarse, mediante los detalles de su técnica encuentra otro modo de mostrar. En las secciones de perio-

dismo ciudadano encontramos fotografías que fueron “arrancadas”, imágenes que reflejan una situación precisa, un instante donde el personaje o la circunstancia fue tomada por sorpresa. Al respecto Verón implica a las imágenes dentro del contrato de lectura que proponen los medios. Para este autor, las imágenes son uno de los lugares constitutivos de la relación que se establece entre el enunciador y su lector en el contrato de lectura, donde el destinatario encuentra una mirada sobre el mundo.

VI.a UNO en la Calle

“Vos también podés enviar tus imágenes a UNOenlaCalle...” es la invitación que Diario UNO esboza para que sus lectores se animen a sacar una foto y enviarla. Cuando la imagen sea publicada va a estar acompañada de la marca de agua de la sección, presente en un gran porcentaje de las notas publicadas en dicha sección. También, en números muy menores, algunas imágenes tienen la marca de agua del diario, en tanto otras se publicaron sin los sellos del medio. Este sello incluido en distintos puntos de la foto, dependiendo de su composición, no hace más que invisibilizar al autor de la imagen, quien “cede” su autoría a la marca del medio de comunicación.

Otra forma en la que *UNO* interviene en la comunicación que sucede entre la imagen original y el usuario receptor es mediante distintas técnicas para ocultar datos en las fotos. Particularmente este hecho se repite en situaciones de autos denunciados por mal estacionamiento, donde sus patentes son ocultadas para que no se puedan leer. Por ejemplo, las publicaciones del 9 de septiembre de 2016³ y del 6 de marzo de 2018⁴, muestran vehículos con sus placas identificatorias ilegibles, más allá de la denuncia allí realizada.



Todos los días estacionado sobre la vereda, Diario UNO Entre Ríos, 9 de septiembre de 2016.



Estacionate donde quieras, Diario UNO Entre Ríos, 6 de marzo de 2018

Aún cuando esta metodología se repite en prácticamente todo el corpus, en los casos del 12 de diciembre de 2016⁵, o del 5 de marzo de 2017⁶, por ejemplo, las fotos de las patentes no fueron modificadas.



"El medio pelo argentino se caga en el otro", Diario UNO Entre Ríos, 12 de diciembre de 2016.



Multa para que aprenda, Diario UNO Entre Ríos, 5 de marzo de 2017.

VI.b. El Litoral

En **Periodismo Ciudadano** este tipo de intervenciones también se repite aunque más metódicamente. La marca de agua de “ellitoral.com” se repite en todas las imágenes fijas, siempre al centro de la misma, aún aunque las fotos no sean de autoría de reporteros del medio. De la misma manera que el medio entrerriano, *El Litoral* también oculta las patentes de los autos que participan en uno de los temas favoritos de los ciudadanos santafesinos: el denominado “Estacioná donde quieras”. Pero, a diferencia de *UNO*, han sido más cuidadosos y no han dejado ver ninguna patente identificatoria.

La mano del editor de **Periodismo Ciudadano** también se deja ver por debajo de la foto: en prácticamente la totalidad de los casos pone el crédito de la foto: “periodismo ciudadano/whatsapp”. Esto destaca dos factores: la imagen no fue tomada por profesionales del medio; y la misma está mediada por aplicaciones que generalmente disminuyen la calidad de resolución de la foto. Sin embargo, encontramos casos donde el medio (“El Litoral”) firma la imagen, como así también ocasiones en las que hay producción de sus fotógrafos de planta (Mauricio Garín⁷ o Manuel Fabatía⁸, por ejemplo). También se ven casos, muy pocos, de imágenes tomadas de “Internet” o “Facebook”, según consigna el propio medio.

7 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189137-video-peligroso-cortocircuito-en-el-centro-de-la-ciudad-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

8 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/148829?utm_source=relacionadas-prev

← → ↻ 🔒 https://www.elitoral.com/index.php/d_un/148829.html 🔍 ☆ 🌐 📱

EL LITORAL | PERIODISMO CIUDADANO

Jueves 18.05.2017 - Última actualización - 20:12
20:08 | Frente al club Gimnasia y Esgrima

Auto en llamas



Foto: Manuel Faberla

Tenés que saber

- ¿Dónde voto? Consulta el padrón electoral para las PASO en Santa Fe
- Fieco, táctico y amistoso: hay tiempo para hacer todo
- Megaperitivo en Rosario: desarticularon la banda de la 'Tata' Medina
- Unión: las elecciones el sábado 1 de junio
- PASO en Santa Fe: qué se puede hacer y qué no en tiempos de veda
- 'Avenger'. Endgame! acumula media millón de espectadores en dos días

EL LITORAL 19° 🔍



Foto: Manuel Faberla

Un auto se incendió este jueves por la tarde en la zona céntrica santafesina. Un periodista ciudadano nos envió un video del momento en el que un Peugeot 504 se quemaba en plena calle 4 de Enero al 2000, frente al Club Gimnasia y Esgrima. El hecho se produjo alrededor de las 18.30 cuando, por un desperfecto eléctrico, el vehículo comenzó a incendiarse en la parte del motor. Parte del coche quedó sobre la vereda y se dio aviso a los Bomberos que acudieron para extinguir las llamas. Afortunadamente no hubo que lamentar lesionados ni heridos.

Se incendió un auto frente al club Gimnasia de 4 de Enero

Convertite en un periodista ciudadano
Envíanos tus denuncias, reclamos o comentarios con fotos y videos a través de nuestra sección Periodismo Ciudadano (Desde el formulario de contacto). O a nuestro Whatsapp siguiendo estos simples pasos. Agreganos a tus contacto cliqueando aquí: (+54) (342)6305344. Porque tu mirada cuenta.

WhatsApp / (342) 630 53 44

LO ÚLTIMO

- 18:00 - "Nos sentimos traicionados y se sabe quién no lo defendió"
- 18:14 - Jaguares - Brumbies: la franquicia argentina busca sumar un nuevo paso hacia los cuartos de final
- 18:28 - Llevaban media tonelada de droga escondida en bolsas de alimento para perros: fueron detenidos
- 18:30 - Conmoción en el sur provincial: una persona murió por el ataque de un toro
- 18:33 - ¿Dónde voto? Consulta el padrón electoral para las PASO en Santa Fe

WhatsApp
(342) 630 53 44

Seguinos

- FACEBOOK
- TWITTER
- GOOGLE
- INSTAGRAM

Diario El Litoral Santa Fe
206.350 Me gusta

Mapa de Noticias

Tweets by @elitoral

El Litoral
@elitoral
Sin justicia, sin paz, sin casa...
elitoral.com/index.php/d_u...

Auto en llamas, El Litoral, 18 de mayo de 2017.

En **Periodismo Ciudadano** también se destaca una mayor presencia de material audiovisual, videos que, tras ser incorporados al canal de YouTube, son compartidos también en el cuerpo de la noticia. Estos videos, mediante “captura digital” o “captura de video”, según los créditos del propio medio, conforman también la imagen estática de la publicación, ante la ausencia de fotografías.

Periodismo Ciudadano de *El Litoral*, a diferencia de **#UNOEnLaCalle**, refleja la presencia de un mayor trabajo periodístico desde el punto de vista visual, sostenido en el material enviado por el usuario, teniendo en cuenta la calidad y cantidad de imágenes difundidas. No sólo por la incorporación de material publicado en redes o imágenes capturadas de videos y otras plataformas, sino también por el trabajo realizado por reporteros gráficos pertenecientes al propio medio, y por extensas galerías de imágenes presentes en algunas publicaciones. Un claro ejemplo de esto es la publicación del 29 de junio de 2017⁹, cuando un periodista ciudadano reporta la vandalización del busto de Ana Frank situado en la Costanera santafesina, nota que acompaña con dos fotografías. Sin embargo, el medio incorpora un breve video de producción propia para graficar la situación. Otro caso es el publicado el 1° de febrero de 2019¹⁰, cuando Mauricio Garín, fotógrafo de *El Litoral*, toma imágenes de un cortocircuito reportado mediante videos por un periodista ciudadano.

9 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/151095-desparecio-el-busto-de-ana-frank-en-la-costanera-acto-de-vandalismo.html?origen=mobile

10 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189137-video-peligroso-cortocircuito-en-el-centro-de-la-ciudad-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

← → ↻ 🔍 🌟 📱 📧

https://www.elitoral.com/index.php?id_um/151095-desaparecio-el-busto-de-ana-frank-en-la-costanera-acto-de-vandalismo.html

EL LITORAL | PERIODISMO CIUDADANO

Jueves 29.06.2017 - Última actualización - 30.06.2017 - 10:11
17:30 ¿Acto de vandalismo?

Rompieron el busto de Ana Frank en la Costanera

Una lectora envió un mensaje a la redacción de El Litoral junto con la fotografía. La escultura fue inaugurada en 2015, a raíz de un proyecto de la Asociación Cultural Israelita L.L. Peretz.



El Litoral

Con total tristeza, una lectora de El Litoral dio cuenta de la falta del busto de Ana Frank, que estaba instalado en la tradicional Costanera de Santa Fe.

A través del WhatsApp de El Litoral llegaron las imágenes que muestran cómo desapareció parte de la escultura que representaba a la adolescente judía de origen alemán. Ana se hizo conocida por esconderse de la persecución de los nazis y contar sus triste experiencia a través de un diario íntimo que con el correr del tiempo se transformó en libro.

"Un acto de vandalismo?", se pregunta la lectora en el mensaje que acompaña las fotografías enviadas al mensajero del diario (342-6305344). Como grafica una de las imágenes quedaron rastros del busto arrojados en el piso.

La escultura formaba parte del "Paseo Ana Frank", ubicado Av. Alte Brown, entre Lavaisse y Pedro de Vega. Se trata de una iniciativa a modo de homenaje que impulsó la Asociación Cultural Israelita Argentina "L. L. Pérez", junto con las comunidades educativas de la Escuela de Enseñanza Secundaria Orientada N.º 391, Agustín Zapata Gollán, y la Escuela Primaria N.º 6384, Alte. Guillermo Brown.

El busto había sido inaugurado el 10 de junio y fue esculpido por la escultora Rosario Kierz. Ese día, se realizó un acto con autoridades de la entidad L.L. Peretz y las mencionadas instituciones educativas.

Tenés que saber

- Autopista Santa Fe - Rosario:** taparon el pozo y multaron a una empresa por no sellar la obra
- Dólar hoy:** tras una baja inicial cerró cerca de los \$ 47
- "Hay un despertar de la Justicia"** después de un cese judicial
- "Mi hijo fue condenado por un crimen que no cometió"**
- "Niño de Cobra"** pintó a Ginóbili en una pared de España
- Violentos robos en dos distritos**

LO ÚLTIMO

- La foto de Tini** Boscail con el Kun Agüero que aumenta los rumores de romance
- Pedro de justicia** a un mes del crimen de Gonzalo Fernández
- Se prepara la Fiesta de Guadalupe**
- La Corte de Nueva York** rechazó la apelación argentina en el juicio por YPF
- El mensaje de Diego** Maradona para los hijos del "Nuevo" Torosani

WhatsApp
(342) 630 53 44

Seguinos

- FACEBOOK
- TWITTER
- GOOGLE
- INSTAGRAM

Diario El Litoral Santa Fe
¡Recibe las últimas noticias de EL LITORAL!

Te gusta Enviar mensaje

VANDALIZARON EL BUSTO DE ANA FRANK UBICADO EN ...
Ver más tarde Compartir

Además tenés que leer:

Preocupación por la decapitación del busto de Ana Frank

Más Noticias de Periodismo ciudadano

Rompieron el busto de Ana Frank en la Costanera, El Litoral, 29 de junio de 2017

← → ↻ 🔍 🌟 📱 🌐

https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/189137-video-peligroso-cortocircuito-en-el-centro-de-la-ciudad-periodismo-ciudadano-periodismo-ciudadano.html

EL LITORAL / PERIODISMO CIUDADANO

Viernes 01.02.2019 - Última actualización - 11:03
8:47 Periodismo Ciudadano

Video: peligroso cortocircuito en el centro de la ciudad

Un cable de un transformador tomó fuego. Vecinos temen por su seguridad. Mirá el video.



Foto: Capture de video

Facebook Twitter WhatsApp Email Print

El Litoral

Un cable entró en cortocircuito en calle Rivadavia al 2800 de la ciudad de Santa Fe y se prendió fuego.

El video enviado al WhatsApp de El Litoral da cuenta de cómo las llamas rodean el cable, provocando chispazos. **Mirá las imágenes:**



Fuego en un cable de la EPE

Personal del Codem realizó un cerco perimetral para evitar que los peatones transiten por debajo del cable. Minutos más tarde, una cuadrilla de la Empresa Provincial de la Energía (EPE) se hizo presente en el lugar para solucionar el problema.



Foto: Mauricio Garín.

¿Cómo se produce un cortocircuito?

Se produce normalmente por los fallos en el aislante de los conductores, cuando estos quedan sumergidos en un medio conductor como el agua o por contacto accidental entre conductores aéreos por fuertes vientos o rotura de los apoyos. En nuestra ciudad y debido a las altas temperaturas que reinan durante el verano, los aislantes térmicos llegan a derretirse o desmenujarse severamente.

Convertite en un periodista ciudadano

Envíanos tus denuncias, reclamos o comentarios con fotos y videos a través de nuestra sección Periodismo Ciudadano. O a nuestro Whatsapp (+54)(342)6305344. Porque tu mirada cuenta.

Facebook Twitter WhatsApp Email Print

Tenés que saber

- Unión enfrenta a Barracas Central por un lugar en los 16avos de final
- Cómo cargar la tarjeta SUBE frente al "punto" de los kioscos
- Causa cuadernos: ampliaron el procesamiento a Cristina Kirchner
- ¿Se presenta Luis Spahn?
- Llegó a Santa Fe el timbal de Unión accidentado en Perú
- PSO en Santa Fe: ¿intervención?

LO ÚLTIMO

- 17:00 - El médico que mató a un ladrón fue absuelto
- 17:00 - Guido Pella avanzó a los cuartos de final del ATP 500 de Barcelona
- 16:50 - Otra complicación para Granaia
- 16:15 - Unión enfrenta a Barracas Central por un lugar en los 16avos de final
- 15:50 - El dólar recorrió la fuente suba inicial y cerró en torno a los \$ 45,90

WhatsApp (342) 630 53 44

Seguinos

FACEBOOK TWITTER GOOGLE INSTAGRAM

EL LITORAL Santa Fe

Te gusta Enviar mensaje

Video: peligroso cortocircuito en el centro de la ciudad, El Litoral, 1 de febrero de 2019.

Estos signos indiciales e icónicos que forman parte de las publicaciones del corpus transmiten un mensaje denotado, una primera lectura del significante que transmite la imagen. Pero cada fotografía a su vez carga un mensaje connotado, es decir, está sujeta a la interpretación que cada lector le pueda dar a partir de sus conocimientos, sus experiencias, sus gustos, sus emociones. Sin embargo estas variables pueden llevar el mensaje por un camino distinto al que pretende su autor. Una misma imagen puede, según su contexto, ser encuadrada o interpretada en distintos géneros. Aquí es donde la palabra entra en juego y en relación con las imágenes como explica Roland Barthes (1993): las palabras cumplen la función de anclaje de los significados de la imagen, en este caso, mediante el cuerpo de la noticia o el pie de foto. Estas palabras tienen por objeto contarle algo más al lector, contextualizar la situación fotografiada, orientar la interpretación.

Por ejemplo, el caso que se dio entre los días 7¹¹ y 8 de marzo de 2018¹², cuando *El Litoral* compartió la publicación titulada *Imprudencia total: los chicos en el “carga” de una moto*, donde el periodista ciudadano hace una interpretación de la imagen que él mismo vio y fotografió, y que es reproducida por el medio. Allí se narra la situación sucedida el día previo en horas de la mañana, según el usuario, donde una moto tipo “carga” conducida por un adulto, traslada a tres niños con vestimenta escolar, tal como se ve en la foto. La connotación que le dan tanto el periodista ciudadano como el medio son la “imprudencia”, y destacando que “las medidas de seguridad son nulas”. Al día siguiente, como ya señalamos, el sujeto que aparece en la imagen cuenta la situación en la que fue fotografiado y su punto de vista de cómo se interpretó esa imagen. Este es un claro ejemplo de los diversos análisis que puede tener una foto, y también en cierto modo un mea culpa del medio, que en su carácter de legitimador de información, transmite un mensaje con una interpretación parcial de una imagen.

11 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/166246-imprudencia-total-los-chicos-en-el-carga-de-una-moto-en-pleno-bulevar-pellegrini-periodismo-ciudadano.html

12 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/166336-la-historia-detras-de-una-foto-respuesta-periodismo-ciudadano.html?utm_source=relacionadas

← → ↻ 🔒 https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/166246-imprudencia-total-los-chicos-en-el-cargo-de-una-moto-en-pleno-bulevar-pellegrini-periodismo-ciudadano.html 🔍 ☆ 📱 🌐

EL LITORAL | PERIODISMO CIUDADANO

Miércoles 07.03.2018 - Última actualización - 11:53
11:13 En pleno bulevar Pellegrini

Imprudencia total: los chicos en el "carga" de una moto

La foto fue enviada por una lectora que la tomó desde el colectivo. Ocurrió este martes por la mañana.



Foto: Periodismo Ciudadano / WhatsApp

Tenés que saber

- Autopista Santa Fe - Rosario: taparon el pozo y multaron a una empresa por no señalizar la obra
- Dólar hoy: tras una baja inicial cerró cerca de los \$ 47
- "Hay un despertar de la Justicia después de un cazo judicial"
- "Mi hijo fue condenado por un crimen que no cometió"
- "Niño de Cobare" pintó a GinoBili en una pared de España
- Violentos robos en dos distribuidoras

LO ÚLTIMO

- 16.25 - Tras 14 años, habrá defensora de los Derechos de los Niños
- 16.33 - Bolognaro ordenó levantar una publicidad del Banco de Brasil que representaba la diversidad sexual
- 16.45 - Lifschitz promocionó a Santa Fe como un destino ideal para turismo de ferias, congresos y convenciones
- 16.50 - Autopista Santa Fe - Rosario: taparon el pozo y multaron a una empresa por no señalizar la obra
- 16.57 - Guido Pella perdió con Thiery y se despidió del ATP 500 de Barcelona

El Litoral

Un nuevo y preocupante capítulo de la imprudencia en las calles de la ciudad de Santa Fe. A través del WhatsApp de El Litoral (342-6305344), una lectora compartió la imagen.

Se trata de un motociclista que lleva a tres niños en la parte de atrás de una moto tipo "carga". Los niños, como se aprecia a la imagen, llevan puesto un uniforme escolar, viajan sentados en ese medio y las medidas de seguridad son nulas.

En su mensaje, quien tomó la fotografía explicó: "Iba en colectivo de la línea 16 y me llamó mucho la atención. Los tres chicos sentados atrás, el conductor casi choca".

Cabe señalar que esto ocurrió este martes por la mañana, pasadas las 9 según el relato de la lectora, en la zona de bulevar Pellegrini y su intersección con Urquiza en la mano que se dirige al oeste, es decir un sector de importante carga vehicular.

"Doblé en las cercanías del club Unión", finalizó la lectora.

Convertite en un periodista ciudadano

Envíanos tus denuncias, reclamos o comentarios con fotos y videos a través de nuestra sección **Periodismo Ciudadano**. O a nuestro Whatsapp (+54)(342)6305344. Porque tu mirada cuenta.

WhatsApp
(342) 630 53 44

Imprudencia total: los chicos en el "carga" de una moto, El Litoral, 7 de marzo de 2018.

← → ↻ 🔒 https://www.elitoral.com/index.php?id_um/166336-la-historia-detras-de-una-foto-respuesta-periodismo-ciudadano.html 🔍 ☆ 📱 🌐

EL LITORAL / PERIODISMO CIUDADANO

Jueves 08.03.2018 - Última actualización - 12:39
12:37 Respuesta

La historia detrás de una foto

El protagonista de una imagen publicada este miércoles se comunicó con El Litoral para contar su historia.



Foto: Periodismo Ciudadano / Whatsapp

Tenés que saber

- Autopista Santa Fe - Rosario: taparon el pozo y multaron a una empresa por no señalizar la obra
- Dólar hoy: tras una baja inicial cerró cerca de los \$ 47
- "Hay un despertar de la Justicia después de un ceno judicial"
- "Mi hijo fue condenado por un crimen que no cometió"
- "Niño de Cobare" pintó a Gindoli en una pared de España
- Violentos robos en dos distribuidoras

LO ÚLTIMO

- 12:29 - Tras 14 años, habrá defensora de los Derechos de los Niños
- 12:15 - Bolsonaro ordenó levantar una publicidad del Banco de Brasil que representaba la diversidad sexual
- 12:07 - Lifschitz promocionó a Santa Fe como un destino ideal para turismo de ferias, congresos y convenciones
- 12:05 - Autopista Santa Fe - Rosario: taparon el pozo y multaron a una empresa por no señalizar la obra
- 12:03 - Guido Pella perdió con Thiem y se despidió del ATP 300 de Barcelona

WhatsApp (542) 630 53 44

Síguenos

- FACEBOOK
- TWITTER
- GOOGLE
- INSTAGRAM

EL Diario El Litoral Santa Fe 08-03-2018 Miércoles

EL LITORAL 123

Te gusta Enviar mensaje

Convertite en un periodista ciudadano

Envíanos tus denuncias, reclamos o comentarios con fotos y videos a través de nuestra sección Periodismo Ciudadano. O a nuestro Whatsapp (+54)(342)6305344. Porque tu mirada cuenta.

Facebook Twitter WhatsApp Email

La historia detrás de una foto, El Litoral, 8 de marzo de 2018.

La mano del medio también se destaca en la incorporación hipertextual, distintos recursos y vínculos que enriquecen la transmisión del mensaje y las posibilidades del usuario de interactuar con el medio, ya sea mediante la elección de otros caminos a seguir desde la publicación, otros soportes mediante los cuales informarse, o vías de comunicación con el medio o con otros usuarios.

En **#UNOEnLaCalle** se utiliza el recurso de vincular una palabra o nombre a todas las publicaciones que la contengan como palabra clave, sin importar a qué sección del medio digital pertenezcan. Por ejemplo, el 15 de septiembre de 2016 (*Preocupa en zona este de Paraná la contaminación por quemas reiteradas*)¹³ la palabra contaminación, incluida en el cuerpo de la noticia, nos conduce mediante un clic al listado de noticias publicadas por www.unoentrerios.com.ar que hacen referencia a esta problemática.

Preocupa en zona este de Paraná la contaminación por quemas reiteradas, Diario UNO Entre Ríos, 15 de septiembre de 2016.

13 <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/preocupa-zona-este-parana-la-contaminacion-quemas-reiteradas-n1240986.html>

Lo mismo sucede el 29 de octubre de 2016 (*Mensaje para el intendente Varisco*)¹⁴ cuando el vínculo sobre el apellido del ex-intendente de la capital entrerriana nos lleva los artículos que hacen referencia a él. Sin embargo el recurso parece poco valioso cuando el hipervínculo digital es aplicado sobre “Paraná”, ya que la lista de publicaciones con esta palabra clave parece infinita, de temas muy variados, y que implica seguramente gran parte del total de notas publicadas por el medio.

https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/mensaje-el-intendente-varisco-n1272867.html

UNO
Sábado 29 de Octubre de 2016
Crisis Económica Semana Santa Transporte público Patronato
• UNO En La Calle

Mensaje para el Intendente Varisco

Vos también podés enviar tus fotos a #UNOEnLaCalle, vía WhatsApp al 343 5137266.

f FACEBOOK t TWITTER c COMENTAR

¡PANDA TU LUGAR!
UNO En La Calle
Al 343 5137266

"Por favor señor intendente, Sergio Varisco, arreglen esto antes de que ocurra un accidente de tránsito por esquivar o caer en el pozo. Hace meses que está así, es en calle Gabriela Mistral, entre Revolución de 1890 y Martín del Barco Centenera en la ciudad de Paraná".

Firmado: Un lector

COMENTARIOS

0 comentarios Ordenar por Los más antiguos

Añade un comentario...

Skater murió atropellado por un camión cuando bajaba
Downhill skateboarding 1

El desgarrador relato de la mujer que acusa al intendente de Lucas
Abuso sexual 2

Moreno: "El que quiera vivir de lo ajeno, que lo haga con códigos"
Campaña Electoral 3

Frigerio se reunió con Varisco y Gainza
Elecciones 2019 4

Agmer aceptó la propuesta salarial del gobierno
Agmer 5

Te Puede Gustar Enlaces Patrocinados

Si vivís en Argentina, aprovechá estos vuelos baratos.
Turismocity.com

Hoteles económicos para tus próximas vacaciones

Mensaje para el Intendente Varisco, Diario UNO Entre Ríos, 29 de octubre de 2016.

14 <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/mensaje-el-intendente-varisco-n1272867.html>

La herramienta sí parece mejor aprovechada cuando el vínculo insertado conduce a otro artículo sobre el mismo suceso, o directamente relacionado al hecho. Tal es el caso, por ejemplo, de la publicación del 28 de febrero de 2017 (*A calle Bordón ni el colectivo entra*)¹⁵ donde en el cuerpo de la noticia se incluye el vínculo a otra nota de la sección **#UNOEnLaCalle** titulada *Siguen las quejas por calle Bordón*¹⁶ y publicada ocho días antes.

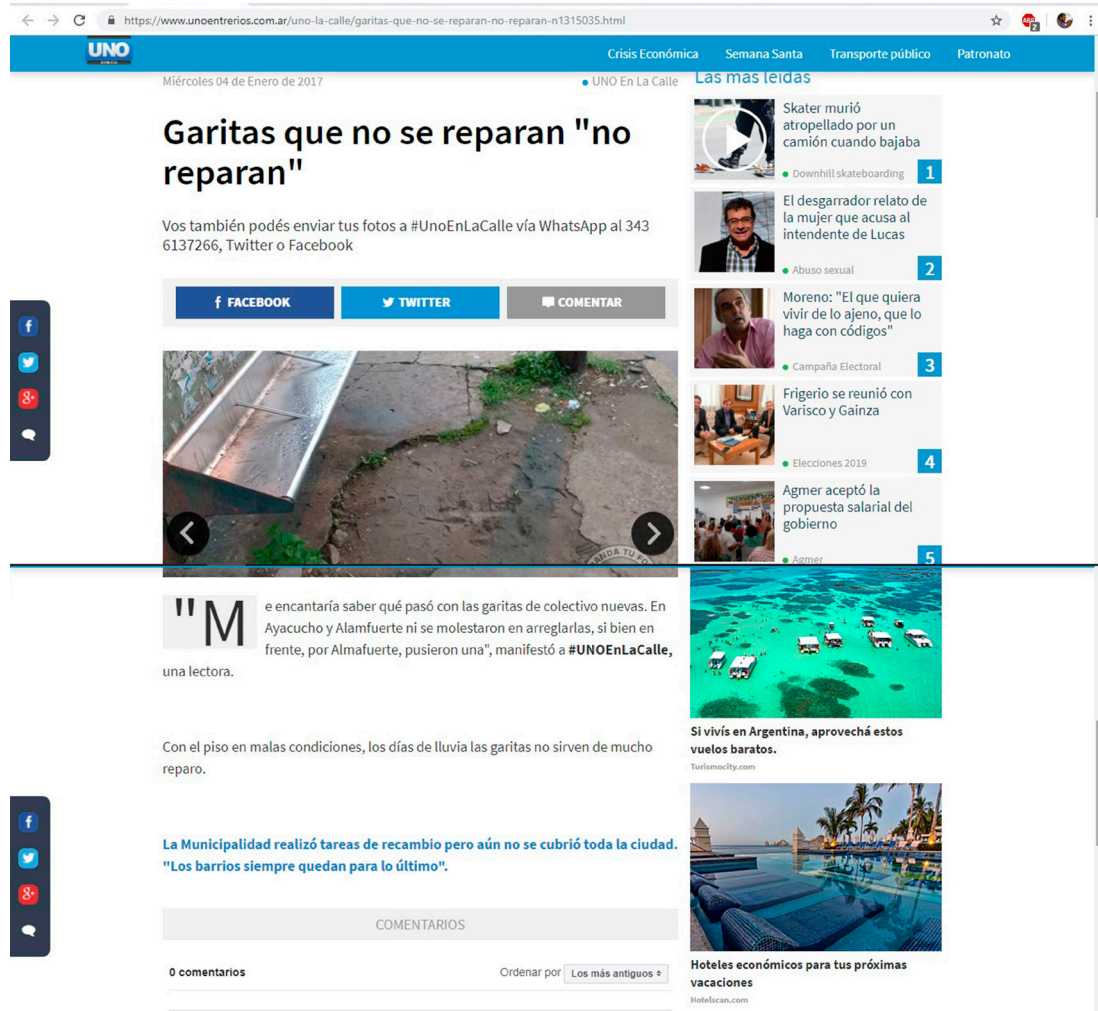
The screenshot shows a web browser displaying a news article from the website 'unoentrerios.com.ar'. The article title is 'A calle Bordón ni el colectivo entra' and it is dated 'Martes 28 de Febrero de 2017'. The article text describes the difficulties of traveling in the Soldado Bordón neighborhood due to muddy streets and lack of public transport. A sidebar on the right lists 'Las más leídas' (Most Read) articles, including topics like 'Candelaria De la Sota', 'Denuncian por violencia', and 'Parrilli'. At the bottom, there is a 'COMENTARIOS' (Comments) section with a form to add a comment.

A calle Bordón ni el colectivo entra, Diario UNO Entre Ríos, 28 de febrero de 2017.

¹⁵ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/a-calle-bordon-ni-el-colectivo-entra-n1348454.html>

¹⁶ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/siguen-las-quejas-calle-bordon-n1343825.html>

En la noticia publicada el 4 de enero de 2017 (*Garitas que no se reparan "no reparan"*)¹⁷, donde se muestran paradas de colectivos en mal estado, se incluye el link mediante el cual se accede a publicaciones de 2015 que hacen referencia a la inauguración de estas garitas.



Garitas que no se reparan "no reparan", Diario UNO Entre Ríos, 4 de enero de 2017.

Asimismo, en las publicaciones de **#UNOEnLaCalle** se incluyen, en contadas ocasiones, tweets insertados en el desarrollo de las mismas. Estos tweets son tomados desde el perfil del propio medio (@unoentrerios), aunque también desde perfiles de usuarios (*A Gustavo Cerati se lo recuerda, a su calle no*, 16 de marzo de 2017)¹⁸.

¹⁷ <https://www.unoentrerios.com.ar/uno-la-calle/garitas-que-no-se-reparan-no-reparan-n1315035.html>

¹⁸ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/a-gustavo-cerati-se-lo-recuerda-su-calle-no-n1358827.html>

También en escasas ocasiones se insertan en la interfaz lo publicado en Facebook e Instagram (*Los que caminan por calle Pellegrini se preguntan si el cable es peligroso*¹⁹, la publicación del 14 de agosto de 2017 es la única que remite esta red social), las otras dos redes sociales de referencia en estos días.



Los que caminan por calle Pellegrini se preguntan si el cable es peligroso, Diario UNO Entre Ríos, 14 de agosto de 2017.

¹⁹ <https://www.unoentrerios.com.ar/la-provincia/los-que-caminan-calle-pellegrini-se-preguntan-si-el-cable-es-peligroso-n1451789.html>

En ambos medios se incluyen videos, muchas veces subidos a otras plataformas (You Tube, Facebook, entre las más reconocidas) como por ejemplo el caso de la publicación del 22 de mayo de 2017²⁰ cuando, a raíz de un mural pintado en homenaje al cantante Chris Cornell, el medio comparte tres videos musicales del cantante estadounidense.

EL LITORAL | PERIODISMO CIUDADANO

Lunes 22.05.2017 - Última actualización: 12:16

12:04 La prensa en barrio Candioti

Espectacular mural en Santa Fe en homenaje a Chris Cornell

La están pintando en la esquina de Marcial Candioti y Sargento Cabral. El cantante de Audioslave y Soundgarden se suicidó la semana pasada.

Tenés que saber

- ¿Dónde voto? Consultá el padrón electoral para las PASO en Santa Fe
- Físico, técnico y amigable. Ray Cierpo para hacer todo
- Magnoparato en Rosario: desarticulan la banda de la "Tata Madrina"
- Unión: las elecciones el sábado 1 de junio
- PASO en Santa Fe: qué se puede votar y qué no en campaña de PASO
- "Avengers: Endgame" sorprende a los fans

LO ÚLTIMO

- "Nos sentimos traicionados y se están jugando la vida"
- Jugadores: "Rompió la franquicia argentina busca sumar un nuevo país hacia los cuartos de final"
- Llevarán media tonelada de droga escondida en bolsas de cemento para perros: fueron detenidos
- Comisión en el sur provincial: una persona murió por el ataque de un toro
- ¿Dónde voto? Consultá el padrón electoral para las PASO en Santa Fe

Seguinos

FACEBOOK

GOOGLE

INSTAGRAM

El Litoral Santa Fe

EL LITORAL

El 17 de mayo el mundo de la música se sorprendió con la triste noticia del fallecimiento de Chris Cornell, reconocido cantante de rock que formó parte de bandas emblemáticas como Audioslave y Soundgarden.

Audioslave - Like a Stone (Official Video)

A las pocas horas, las autoridades confirmaron que el artista de 52 años se había quitado la vida en la plaza de un hotel en Detroit, lugar donde tocó por última vez.

Lee también: "Confirman que Chris Cornell se suicidó"

A modo de homenaje, en la ciudad de Santa Fe se comenzó a pintar un mural para recordar a Cornell. La obra de arte, está ubicada en la intersección de las calles Sargento Cabral y Marcial Candioti, en el barrio Candioti sur de la capital provincial. Cabe señalar que la intervención artística incluye un obituario en el cartel de la vía pública, que está diseñado sobre un lámina de contact.

Chris Cornell Black Hole (feat. Soundgarden) Fox Theater Detroit 17.05.17

Recordemos que fue uno de los fundadores del movimiento grunge en la década de 1990, y el 14 de diciembre del 2015 cantó en un show exclusivo y acústico en el Teatro Colón.

Chris Cornell Argentina (Teatro Colón) - Hunger Strike & Be Yourself

Además tenés que leer:

Niño de Cobre y una nueva obra que embellece la ciudad

Más Noticias de Periodismo ciudadano

En el norte de la ciudad de Santa Fe

Un poste pende de un cable: "podría generar un accidente en cualquier momento"

Espectacular mural en Santa Fe en homenaje a Chris Cornell, El Litoral, 22 de mayo de 2017.

²⁰ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/149005-espectacular-mural-en-santa-fe-en-homenaje-a-chris-cornell-lo-pintan-en-barrio-candioti.html#:~:text=A%20modo%20de%20homenaje%2C%20en,sur%20de%20la%20capital%20provincial.

Sin embargo, esto puede constituir un problema, ya que con el tiempo estos videos pueden ser retirados de tales plataformas y dejan un vacío en las publicaciones del diario. El mejor ejemplo para graficar esta situación se da en el artículo publicado el 8 de noviembre de 2017 por **#UNOEnLaCalle** (*Paraná: inició una pelea callejera pero tuvo un “inconveniente” y no pudo seguir*)²¹. Tanto el título como el desarrollo de la noticia generan la expectativa que se resuelve evidentemente observando el video. Pero claro, estas imágenes ya no están disponibles, por lo cual no podemos conocer la resolución de la pelea callejera ni el “inconveniente” al que se hace referencia.



Paraná: Inició una pelea callejera pero tuvo un “inconveniente” y no pudo seguir, Diario UNO Entre Ríos, 8 de noviembre de 2017.

21 <https://www.unoentrerios.com.ar/policiales/parana-inicio-una-pelea-callejera-pero-tuvo-un-inconveniente-y-no-pudo-seguir-n1503262.html>

En **Periodismo Ciudadano**, *El Litoral* también aprovecha la posibilidad de vincular sus publicaciones con otros artículos del medio mediante links en el cuerpo de la noticia, y mediante el mayor uso de palabras claves que remiten a secciones específicas, como el denominado *Estacioná donde quieras* propio de esta sección.

The screenshot shows a web browser displaying a news article on the 'EL LITORAL / PERIODISMO CIUDADANO' section. The article is dated 'Viernes 01.12.2017 - Última actualización - 13:44' and is titled 'La grúa también estaciona donde quiere'. Below the title, it says 'La imagen llegó a través del WhatsApp de El Litoral y corresponde a la zona de Dr. Zavalla y Vera.' The main image shows a street scene with a yellow crane parked on the side. To the right of the main image is a sidebar titled 'Tenés que saber' with several small news snippets. Below the main image is a social media sharing bar. Further down, there is a section titled 'El Litoral' with a paragraph about the 'Estacioná donde quieras' section. Below that is a call to action 'Convertite en un periodista ciudadano' with a WhatsApp link. At the bottom, there is a 'Temas:' section with a link to 'Estacioná donde quieras' and a 'Seguinos' section with a Facebook link.

La grúa también estaciona donde quiere, El Litoral, 1 de diciembre de 2017.

También se utiliza el recurso de insertar tweets, tanto del medio como de entes oficiales son una fuente de credibilidad más para lo escrito en el artículo, tales los casos de las publicaciones del 15 de noviembre de 2017 (*Tormenta de viento y polvo*)²² donde se remite al mensaje emitido

²² https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/159519-tormenta-de-viento-y-polvo-hay-alerta-meteorologica-periodismo-ciudadano.html

por el Servicio Meteorológico Nacional, o del 9 de agosto de 2018 (*El camión y el acoplado con 'las patas para arriba'*)²³ que está acompañada por un tweet de la Red de Seguridad Vial. Como particularidad, también se da el caso de los tweets de Ricardo y el "Chino" Darín, los cuales dan mayor credibilidad a la noticia publicada que refiere a la ayuda recibida de parte de vecinos de Empalme Villa Constitución en un problema con su auto.

← → ↻ ⓘ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/141193-ricardo-y-el-chino-darin-varados-en-empalme-villa-constitucion-temporal-en-santa-fe 🔍 ☆ 📱 🌐

EL LITORAL | PERIODISMO CIUDADANO

Lunes 26.12.2016 • Última actualización • 18:59
16:29 Temporal en Santa Fe

Ricardo y el "Chino" Darín varados en Empalme Villa Constitución



Tenés que saber

- PASO en Santa Fe: cómo estarán las condiciones del tiempo para ir a votar
- ¿Dónde voto? Consultá el padrón electoral para las PASO en Santa Fe
- Flairio, táctico y amistososo: hay tiempo para hacer todo
- Megaoperativo en Rosario: desarticularon la banda de la "Teta" Medina
- Unión: las elecciones el sábado 1 de junio
- PASO en Santa Fe: qué se puede hacer y qué no en tiempos de veda

LO ÚLTIMO

- Moyano sobre el paro del mar: "La sociedad repudiará a un gobierno que fracasó en todo"
- Piden repetir estudios médicos a una milia por una supuesta contaminación
- PASO en Santa Fe: cómo estarán las condiciones del tiempo para ir a votar
- Thien eliminó a Nadal y es finalista en Barcelona
- Elecciones PASO en Santa Fe: qué y cómo votaremos

WhatsApp
(342) 630 53 44

Ricardo Darín y su hijo quedaron varados este lunes al mediodía en la localidad de Empalme Villa Constitución, en el extremo sureste de la provincia, en el límite con la provincia de Buenos Aires. Un asiduo lector de El Litoral nos envió fotos en las que se ve a los actores y comentó que esa comuna quedó inundada tras el temporal, con evacuados: "Está cortado Empalme, solo se ingresa por la ruta 21 y no se puede seguir a Villa Constitución ni acceder a la autopista a Buenos Aires", relató el Periodista Ciudadano que comentó que los Darín pasaron Navidad en esa zona donde viven familiares.

Seguinos

- FACEBOOK
- TWITTER
- GOOGLE
- INSTAGRAM

Diario El Litoral Santa Fe
046.300 Mail (web)
EL LITORAL
CALLE 14 N° 100 - SANTA FE

Convertite en un periodista ciudadano

Ricardo Darin
@BombitaDarin
gracias a los amigos de Empalme por ayudar en un mal momento, en especial a los de emergencias y a los chicos q nos dieron una mano gracias
👍 1 078 · 17:44 · 26 dic. 2016
191 personas están hablando de esto

Ricardo Darin
@BombitaDarin
y muy especialmente a Pablo ! un abrazo
👍 123 · 17:45 · 26 dic. 2016
19 personas están hablando de esto

Chino Darin
@ChinoDarin
Muchas gracias a la gente de Empalme Villa Constitución que nos dio una mano hoy! 🙏🙏🙏 @BombitaDarin
👍 678 · 17:41 · 26 dic. 2016
171 personas están hablando de esto

Ricardo y el "Chino" Darín varados en Empalme Villa Constitución, El Litoral, 26 de diciembre de 2016.

²³ https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/176442-el-camion-y-el-acoplado-con-las-patas-para-arriba-otra-vez-la-ruta-11-periodismo-ciudadano.html

La sección **Periodismo Ciudadano** también enriquece sus publicaciones usando plataformas como Google Maps y Google Street View, las cuales permiten identificar y mostrar lugares.

185

Conclusiones

Así como las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación amplían y diversifican las audiencias, también lo hacen quienes producen los mensajes. Bajo esta estructura las distancias jerárquicas se acortan y las posibilidades de comunicar se redistribuyen. La comunicación digital ubica a los usuarios en un escenario de adquisición de conocimientos y de interacción que agrava la crisis institucional que atraviesan los medios por su pérdida de credibilidad. En este juego los medios tradicionales intentan adaptarse y mantener su lugar de poder en la sociedad gestionando un flujo de información en aumento por el acceso de los usuarios a los medios de comunicación.

Del análisis realizado surge que la participación ciudadana en las secciones **#UNOEnLaCalle** y **Periodismo Ciudadano** está orientada hacia la denuncia de delitos o faltas, seguidas muy de cerca por problemas ciudadanos como son la recolección de residuos o daños en la trama vial, por ejemplo. Así podemos establecer que los ciudadanos buscan en los medios visibilizar problemas de los cuales no obtienen solución de parte del Estado, o que directamente denuncian por los medios porque no co-

nocen o no confían en los medios oficiales.

Los contenidos generados por la audiencia están muy arraigados a sus vidas y sus propios intereses, tanto en lo político, lo social, y lo económico. El periodismo ciudadano tiene su mayor alcance a nivel “hiperlocal”, ya que los temas que trata no suelen reflejarse en las secciones más importantes de los medios tradicionales. Este recurso es también importante para un medio que busca estrechar lazos con su comunidad, generando vínculos entre su redacción y sus usuarios, poniendo el ojo en su ámbito local o regional. De esta forma se realiza el papel de servicio que tiene el periodismo y los medios para con su ámbito de circulación, en temas que impliquen una influencia sobre la vida cotidiana del lector o usuario.

El periodismo ciudadano sale al cruce de la agenda que manejan los medios tradicionales. Así se ofrecen variantes a temas hasta el momento poco tratados en los grandes medios. Una visión hiperlocal permite enfocar en la protección de grupos marginales, buscando soluciones desde lo local a lo regional.

Este tipo de información, la que los ciudadanos disponen por su proximidad, tiene su valor como una herramienta más para construir e interpretar la realidad, como un instrumento para desarrollar una sociedad más justa y democrática.

Tanto *UNO Entre Ríos* como *El Litoral* intentan establecer una relación de cercanía con sus usuarios, quienes sostienen su participación en la imagen del teléfono celular como recurso, como canal de acceso y de credibilidad de la información.

#UNOEnLaCalle en su posición de enunciador intenta establecer una relación cercana con el usuario como destinatario mediante recursos que pretenden generar cierta complicidad entre ambos. Más allá de la utilización de un estilo expresivo y cotidiano, *UNO Entre Ríos* mantiene la distancia con sus “lectores” aun en el espacio destinado para su expresión. La falta de producción y profundización en la información, como la

diferenciación establecida para con los “lectores” o “vecinos” desde lo discursivo separan los posibles puntos de encuentro entre el medio y su audiencia.

El Litoral toma como estrategia discursiva la inclusión de sus usuarios y lectores como periodistas. Este intento de acercamiento se encuentra con un freno al ver que a estos periodistas se los adjetiva y diferencia inmediatamente como ciudadanos. La sección también utiliza el estilo expresivo y cotidiano, apelando al humor, a la complicidad. En **Periodismo Ciudadano** encontramos un mayor trabajo del propio medio, tomando como disparadores las imágenes, videos, e información recibida de sus lectores. Además, el medio santafesino alcanza a elaborar una sección más acabada mediante un mejor uso de recursos multimediales e hipertextuales. Sin embargo, no poder participar mediante comentarios es un gran paso atrás para **Periodismo Ciudadano**. “Porque tu mirada cuenta” sostiene el slogan de la sección, cargado de literalidad. Si no es mediante imágenes, la mirada no cuenta tanto.

Para finalizar, creo que esta tesis puede ser un primer antecedente para continuar el trabajo sobre el periodismo ciudadano en la región. Los avances tecnológicos, los usos de los recursos, y las formas de comunicarnos van a continuar en su evolución, en sus cambios, lo que se reflejará en los medios y en los espacios de participación de los usuarios. Entiendo que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación encuentran a cada paso distintas formas de democratizar los espacios de participación y abren la posibilidad de intervención en múltiples plataformas. En este sentido, de ambos lados del río se registran medios que merecen atención en materia de nuestro campo de estudio: Paraná Hacia el Mundo nació en 2004 como portal web para compartir fotos e historias relacionadas con la ciudad. Sin embargo, sus grandes números de popularidad crecieron a partir de 2010 a través de Facebook, y en 2015 con su incursión en Instagram, hoy sus dos canales de comunicación más importantes. Humanos de Santa Fe, mezclando humor y curiosidades, cumple

también su función informativa desde Instagram; en menor medida en TikTok, Twitter, y también de forma intermitente produciendo podcasts que se pueden escuchar a través de Spotify, e incluso incursionando en la radio durante el 2020. Estos son sólo dos ejemplos de plataformas que demuestran la voluntad de participación principalmente a través de las redes sociales, más próximas al alcance de los usuarios que los medios tradicionales. Seguramente estas iniciativas sean las próximas a ser analizadas si queremos hablar de plataformas de comunicación colaborativa.

Bibliografía

- ABELLÁN FERNÁNDEZ, F. (2012). De uno a múltiple: Revisión teórica del concepto de receptor desde el siglo XX hasta nuestros días. En OJEDA, M.; GRANDÍO PÉREZ, M. *et al.* (comp.) *Estrategias de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos* (pp.101-119). Barcelona: Gedisa.
- ALBORNOZ, L.A. (2007). *Periodismo digital: los grandes diarios en la red*. Buenos Aires: La Crujía.
- ÁLVAREZ TEIJEIRO, C. (1999) *Fundamentos teóricos del Public Journalism: Exposición y crítica*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Austral.
- BAJTIN, M.M. (1995). *Estética de la creación verbal*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- BAÑUELOS, J.; MATA, F. (2014). *Fotografía y Dispositivos Móviles. Escenarios de un nuevo paradigma visual*. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- BARTHES, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- BAUMAN, Z. (2006). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cul-

tura Económica.

- BOWMAN, S.; WILLIS, C. (2003) *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Recuperado de <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>
- BRYANT, J.; ZILLMANN, D. (1996) *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- CALVO PORRAL, C., JUANATEY-BOGA, O., MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, V.A. (2014). La Credibilidad de los Medios de Comunicación: Análisis de la Prensa Diaria desde el Comportamiento del Consumidor. *El profesional de la información*. 23(3):276-285 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/260038159_La_Credibilidad_de_los_Medios_de_Comunicacion_Analisis_de_la_Prensa_Diaria_desde_el_Comportamiento_del_Consumidor.
- CANAVILHAS, J. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Covilha: Livros LabCom.
- CASTELLS, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Areté.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid:Alianza Editorial.
- CHEHÍN, M. (2010). El usuario en la era de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC). *Oficios Terrestres*. Año XVI, N°25, 163-173.
- CYTRYNBLUM, A. (2009). *Periodismo Social. Una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía.
- FONTCUBERTA, J. (2015). *La Cámara de Pandora. La fotografía@ después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FONTCUBERTA, J. (2016). *La Furia de las Imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- FREUND, G. (1983). *La Fotografía como Documento Social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GARCÍA DE TORRES, E. (2011). Estudio internacional del contenido generado por el usuario en la prensa digital. En GARCÍA DE TORRES, E. (comp.) *Cartografía del periodismo participativo. Estudio del contenido*

generado por el usuario en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela (pp.59-120). Valencia: Tirant Lo Blanch.

- GIL, V.; ROMERO, F. (2008). *Crossuser: claves para entender al consumidor español de la nueva generación*. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- GÓMEZ, L. (2008). El periodismo ciudadano. *Revista Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, 60, 52-54. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/36432/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y [31 de julio de 2018].
- HALL, S., DU GAY, P. (1996). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu editores.
- IGARZA, R. (2008). *Nuevos medios, estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- IRIGARAY, F. (2013). *Webperiodismo En Un Ecosistema Líquido*. Rosario: Laborde Libros Editor.
- JAAR, A. (2008). *La Política de las Imágenes*. Santiago de Chile: Metales Pesados.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture, la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MCQUAIL, D.; WINDAHL, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- MENDIGUREN GALDOSPÍN, T., CANGA LAREQUI, J. (2012). Análisis de la participación ciudadana a través de un pionero modelo participativo en prensa: el proyecto <<enlaCe>> de El Correo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1). 133-146.
- MESO AYERDI, K. (2005). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 90, 4-15. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/234/242> [2 de octubre de 2019].
- MORAGAS SPÁ, M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gilli.

- MORAGAS SPÁ, M. (2011). *Interpretar la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- MOUFFE, C. (1999). *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.
- NEWMAN, N. (16 de junio de 2020). Digital News Report 2020: resumen ejecutivo y hallazgos clave. *Reuters Institute*. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report-2020-resumen-ejecutivo-y-hallazgos-clave#footnote-01>
- RAIMONDO ANSELMINO, N. (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*. Buenos Aires: Editorial Teseo.
- ROST, A. et al. (2012). *Periodismo en contexto de convergencias*. General Roca: Publifadecs.
- ROST, A. (2011). Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. En: GARCÍA DE TORRES, E. (comp.) *Cartografía del periodismo participativo. Estudio del contenido generado por el usuario en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela* (pp.13-36). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- ROST, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- ROST, A. (2010). La participación en el periodismo digital: Muchas preguntas y algunas posibles respuestas. En Irigaray, F., Ceballos, D., Manna, M. (Eds.). *Periodismo digital en un paradigma de transición*. (pp 96-109). Rosario: Fundación La Capital, Universidad Nacional de Rosario.
- RUGGIERO, T.E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*. 3(1) 3-37. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/233138016_Uses_and_Gratifications_Theory_in_the_21st_Century
- SALKELD, R. (2014). *Cómo leer una fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- SARLO, B. (2006). *Escenas de la Vida Posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Seix Barral.

- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- SILVA ECHETO, V. (2013). *El Conflicto de las Identidades. Comunicación e imágenes de la interculturalidad*. Barcelona: Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- VERÓN, E. (1985) El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En IREP (comp.) *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP.
- VERÓN, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- VERÓN, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- ZANONI, L. (2008). *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires: Ediciones B.



