

Comentarios de lectores y lógicas de reconocimiento en el blog “Novedades” del diario *Clarín*¹

NATALIA RAIMONDO ANSELMINO

Universidad Nacional de Rosario. Universidad Abierta Interamericana.
Conicet, Argentina.
nraimondo@conicet.gov.ar

RESUMEN

Este artículo examina, desde una mirada sociosemiótica, las distintas lógicas de respuesta de los lectores a la estrategia enunciativa de uno de los blogs corporativos del periódico argentino online clarin.com.ar —edición digital de *Clarín*—, a partir de la indagación de las gramáticas de reconocimiento presentes en los comentarios de sus lectores-usuarios. Como resultado del análisis de un total de 4308 comentarios de lectores a los posteos publicados en el blog “Novedades”, gestionado por el medio entre 2008 y 2011, se identificaron constantes en las respuestas del público a la estrategia enunciativa del blog, recurrencias significativas que permitieron inferir un conjunto de lógicas de reconocimiento, es decir, la discriminación de tipos de lectores-usuarios: *blogger inquieto*, *blogger aislado o recluso*, *blogger novato*, y *lector habitual de blogs*.

Palabras clave: discurso, prensa online, lógicas de reconocimiento, participación, blogs.

ABSTRACT

This article examines, from a socio-semiotic perspective, the different response logics from readers to the enunciative strategy of one of Clarín’s corporate blog, through the investigation about the recognition’s grammars presents in the user’s comments. As a result of the analysis of 4308 comments from readers to the posts published on the blog “Novelties” (Novedades), managed by this media from 2008 until 2011, constants were identified in responses from the audience to the enunciative strategy of blog, significant recurrences that allowed inferring a set of recognition logics, namely, the discrimination of types of readers: *unquiet blogger*, *isolated or shut-in blogger*, *newbie blogger*, and *regular reader of blogs*.

Keywords: discourse, online press, recognition logic, participation, blogs.

1. Recibido: 10/09/2014 - Aceptado: 19/11/2014.

1. Introducción

Desde la génesis del campo de estudios conocido como *periodismo online* —que comenzó a desarrollarse tras la publicación de los primeros diarios digitales, a mediados de la década del ‘90— se consideró que la *interactividad* propiciada por el nuevo medio era —junto con la *hipertextualidad*, la *multimedialidad* y la *memoria*— una de las claves para comprender el proceso de transformación del vínculo entre la prensa y su público lector. No obstante, en dicho contexto, la interactividad —definida de muy diversas maneras— fue ubicada en el altar del ideal al que debía arribar todo periódico digital y devino, en poco tiempo, en un *término saco* utilizado, frecuentemente, por investigaciones que parecían desconocer que esta cualidad estaba ya presente en los medios tradicionales². Con el paso del tiempo, las cavilaciones sobre la interactividad evolucionaron en la conformación de un subcampo de estudio que trasladó sus interrogantes del ámbito de la *interacción* a la esfera más concreta de la *participación*.

Como se mencionó en trabajos anteriores (Raimondo Anselmino, 2012a) el año 2005 puede identificarse como una fecha clave en la difusión de investigaciones sobre participación en la web, en parte debido a la creciente proliferación de *contenido generado por usuarios* (UGC, en inglés) que se amplificó significativamente con la consolidación del imperio de los blogs. De allí en más, la participación del público en la prensa —encauzada, en principio, a través de las bitácoras, luego mediante los comentarios de lectores y, en la actualidad, gracias a las redes sociales en Internet—se convirtió en objeto privilegiado de cavilación tanto para el ámbito académico de estudios sobre los medios masivos de comunicación como, también, para las empresas mediáticas mismas.

Sin embargo, son aún escasas las investigaciones que se han ocupado de estudiar la producción de sentido que tiene lugar en el ámbito de la recepción de los periódicos *online*. Y es precisamente con el fin de sanear dicha carencia, que se compartirá aquí el examen realizado, desde una mirada sociosemiótica, de las distintas lógicas de respuesta de los lectores a la estrategia enunciativa de uno de los blogs corporativos del periódico argentino *online* clarin.com.ar —denominado “Novedades”—; para ello, se indagaron las gramáticas de reconocimiento presentes en todos los comentarios a los posts del medio³. Dicha labor se realizó en el marco de una investigación doctoral que tuvo como finalidad el estudio del vínculo diario/lector en la prensa argentina *online*, mediante el análisis de los espacios de intervención y participación del lector⁴.

No sin razón, podría objetarse que, dadas las mutaciones que tensionan constantemente al ecosistema mediático actual, tanto el corpus analizado como los resultados mismos pertenecen al pasado de un medio que hoy, ciertamente, presenta una fisonomía completamente distinta. Tal como se ha expuesto en Raimondo Anselmino (2013), es esta una realidad que deben enfrentar quienes se interesan por el estudio de discursos mediatizados plasmados en soportes digitales online, al lidiar, cotidianamente, con un fenómeno en permanente transformación. Aún así, es posible afirmar que la relevancia del presente artículo se evidencia en el hecho de que el mismo se propone mostrar cómo es posible utilizar el análisis de las lógicas de reconocimiento propuesto por la teoría de los discursos sociales de Verón (1998) para discriminar una posible tipología de lectores-usuarios de un espacio semiautónomo del periódico digital, a partir del estudio de las respuestas del público que se cristalizan en el espacio de comentarios.

2. Una explicación de esta tendencia puede encontrarse en *el mito de la interactividad* propuesto por Manovich (2006: 103-105).

3. Como se verá con mayor detalle en el apartado “Metodología”, el análisis comprendió todos los enunciados producidos por los lectores-usuarios como respuesta a los posts que fueron publicados por el medio a lo largo de la vida útil del blog en cuestión, a saber, entre los años 2008 y 2011.

4. Tesis doctoral titulada “El vínculo diario/lector en los periódicos online. Análisis de los espacios de intervención y participación del lector en los diarios argentinos Clarín y La Nación”. Fue presentada y defendida en 2012, en el marco del Doctorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, de la Universidad Nacional de Rosario. Dicha investigación se realizó con el financiamiento de dos becas de posgrado otorgadas por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet).

2. Antecedentes⁵

Uno de los fenómenos emergentes en el campo de estudios sobre la prensa *online* está dado por el exponencial desarrollo que asumió, en el transcurso de unos pocos años, una materialidad discursiva que si bien estaba ya presente en los periódicos desde hacía tiempo —a partir de la publicación de las tradicionales cartas al director o cartas de lectores— no tenía el lugar del que gozan hoy, en las interfaces de los diarios digitales, los *espacios de intervención y participación del lector*.

Tal como se propone en Raimondo Anselmino (2012a), se denomina espacios de intervención y participación del lector a aquellas instancias de un diario *online* donde se materializa la actividad del lector. Los *espacios de intervención del lector* (sobre los que no se detendrá este artículo) son aquellos sectores del diario que de algún modo se encuentran penetrados por la actividad del lector, a partir de algún tipo de acción del mismo que ha dejado una huella en la interfaz del periódico —con excepción de la producción de enunciados: rankings de lectura, encuestas, votación de notas, etcétera—. Estos se diferencian de los *espacios de participación*, que son aquellos donde el lector puede manifestarse discursivamente produciendo enunciados, como sucede por ejemplo en las cartas de lectores, los foros, blogs o los comentarios a las noticias.

Si bien no se pretende, aquí, hacer una revisión del estado de la cuestión de las investigaciones que tienen al espacio de los *comentarios de lectores* como objeto de cavilación, cabe indicar que un escrutinio de las mismas puede encontrarse en Raimondo Anselmino (2012b y 2014).

Vale aclarar, por otra parte, que la investigación aquí reseñada no se centró —como sucede muy frecuentemente en los estudios sobre el espacio de comentarios de lectores— en el plano del contenido (nivel del enunciado) sino, más bien, en las modalidades del decir (nivel de la enunciación). Esto es así porque, como se ha anticipado en la introducción, este estudio se apoyó en una perspectiva semiótica —habitualmente denominada sociocosemiótica— particularmente fértil para abordar los fenómenos complejos de producción de sentido, como son aquellos que tienen lugar en el marco de los medios masivos de comunicación. Se trata de la *teoría de los discursos sociales* (Verón, 1998), que en su articulación con la teoría sistémica luhmanniana promovida por Boutaud y Verón (2007) ha redoblado su versatilidad para ahondar en la “relacionalidad de las relaciones” (Luhmann, 1998: 34) que se dan entre el sistema de medios masivos de comunicación (Luhmann, 2000) y el entorno humano o sistema del actor (Boutaud y Verón, 2007).

Desde este punto de vista, que concibe el discurso como sistema organizado de significaciones articuladas y articuladoras del sentido social (Verón, 1998), se plantea un análisis discursivo que indaga en las *modalidades de enunciación* y de las *estrategias discursivas* de producción de significados. En cuanto a estas últimas, Verón (2004) define las estrategias discursivas como las “variaciones atestiguadas en el interior de un mismo tipo de discurso” (197) o de un mismo tipo de producto. Como se ha analizado detenidamente en otro trabajo (Raimondo Anselmino, 2011), la estrategia que lleva adelante cada periódico contribuye a construir su personalidad (que es diferencialmente distinta de aquella que asumen los otros periódicos con los que el anterior compite) y, por lo tanto, a modelar la manera en que el medio se vincula con sus destinatarios. La noción de estrategia discursiva se enlaza con otro término de igual valor: *el contrato de lectura*. Ambos conceptos están asociados con la manera en que cada medio logra construir su singularidad frente a sus competidores. “El objetivo de este contrato (...) es construir y conservar el hábito de consumo” (Verón, 2004: 223).

Asimismo, de acuerdo con la perspectiva sociosemiótica referida, “el analista del discurso puede interesarse ya sea por las condiciones de generación de un discurso o un tipo de discurso, ya sea por las lecturas de que ha sido objeto el discurso, es decir, por sus efectos” (Verón, 2004: 41). Preguntarse por el *reconocimiento* de un determinado discurso requiere intentar desentrañar, además, cuáles son

5. Este acápite y el correspondiente a la Metodología recuperan, en parte y de modo reelaborado, lo publicado en Raimondo Anselmino (2014).

las determinaciones que definen las restricciones de su recepción.

Como ya se ha expresado en anteriores presentaciones (Raimondo Anselmino, 2010a; 2012a), la puesta en pantalla de la prensa —y con ella, el surgimiento de los espacios a partir de los cuales se materializa el discurso del lector en el diario— trajo aparejadas nuevas posibilidades de *reconocer* el reconocimiento. Las características distintivas de la materialidad significativa propia del corpus digital *online* permiten hoy recuperar, al mismo tiempo y en un mismo espacio —el de la interfaz del diario—, no solo la gramática de producción de los discursos generados por el periódico sino, también, ciertas gramáticas de reconocimiento de los mismos. Esto último es posible gracias a la presencia de indicios de la actividad de lectura —como *huellas* de las condiciones productivas— que se evidencian en los espacios que permiten que efectivamente emerja la participación del lector. Aunque vale aclarar que, dado que desde esta perspectiva teórico-metodológica el acto de lectura es en sí inabordable, “el estudio del reconocimiento *es más bien un estudio del lector que de la lectura, basado en el análisis del discurso del lector*” (Verón, 2004: 209; destacado del autor).

Por otro lado, el análisis concreto de los comentarios de lectores-usuarios a los posteos publicados por el medio en el blog “Novedades” parte, también, de las apreciaciones sobre la disposición de los espacios de intervención y participación que realiza *Clarín*. En este sentido, puede decirse, sintetizando, que *clarin.com.ar* apostó desde un principio a dichos espacios, disponiendo ya en su primera interfaz —puesta en línea el 10 de marzo de 1996— no sólo las tradicionales cartas de lectores sino, además, entrevistas *online* con personalidades reconocidas. Muy tempranamente el diario sumó también otros espacios, siendo pionero en la incorporación de las encuestas, los foros, el ranking de notas más leídas y los blogs. Con respecto a estos últimos, *Clarín* se arrogó el mérito de ser el primer medio en español que dispuso de un blog. De hecho, hasta el año 2012 fueron los blogs —y no los comentarios de lectores, como en el caso de su más directo competidor, *La Nación* (Raimondo Anselmino, 2012a; 2014)— los espacios de participación que conformaron el núcleo duro de la estrategia de *Clarín*, que se afianzó en 2008 cuando el medio decidió abrir una plataforma de *blogging* para fomentar que los lectores-usuarios crearan sus propias bitácoras. Incluso, conformaron un equipo de trabajo que se encargó de Clarin Blogs —que se constituye como sección en 2007 y se denomina de ese modo hasta marzo de 2011 cuando comienza a llamarse Blogs de la Gente— y de establecer un contacto cercano con los lectores-bloggers, usuarios que hasta se encontraron con la posibilidad de compartir un sector de la portada del diario más visitado de la Argentina. El espacio de los comentarios a las noticias fue uno de los pocos sectores de intervención y participación que *Clarín* no incorporó antes que *La Nación*⁶.

La estrategia de *Clarín* consiste, aún en la actualidad y tanto en su versión impresa como *online*, en brindarle a su audiencia una lar|ga cola de productos y servicios informativos, participativos y de entretenimiento, rigiéndose por la lógica de servicios que siempre lo ha caracterizado y distinguido.

Nacido el 28 de agosto de 1945, 75 años después que *La Nación*, el diario fundado por Roberto Noble tuvo desde sus orígenes una raigambre más popular que su principal competidor y, a su vez, puede argumentarse que lo que distingue a *Clarín* de otros diarios es el hecho de haber apostado, de entrada, a los *servicios* para los lectores; de allí la relevancia otorgada a los avisos clasificados u otros “recursos extraperiodísticos” (Ulanovsky, 2011: 247) que forman parte de su estrategia comercial.

6. Con un retraso de varios meses en comparación con el periódico *La Nación*, en octubre de 2007 *Clarín* incorporó a su interfaz el espacio de comentarios de lectores en las noticias, restringiéndolo, además, a unas pocas notas por día. Más tarde, con el rediseño publicado en mayo de 2010, y tras recrudecerse el conflicto entablado con el gobierno nacional, el medio presentó una nueva interfaz que mostraba una significativa y sustancial diferencia con respecto a todas las modificaciones previas de la misma: se eliminó la mayoría de los espacios de intervención y participación del lector en el diario, entre ellos, los comentarios de los lectores a las noticias (Raimondo Anselmino, 2010b). Posteriormente, desde diciembre de 2011, a partir de plugins de Facebook, Yahoo, AOL y Hotmail, *clarin.com.ar* volvió a permitir este tipo de comentarios.

3. Contextualización preliminar de la estrategia enunciativa del blog del medio

Es posible afirmar que Clarín Blogs ha sido parte del grupo de espacios semiautónomos —así como lo son, también, otros productos como el diario deportivo *Olé*, la *Revista Ñ* y algunos suplementos— que el multimedio generó como acción corporativa orientada a “crear redes de páginas web y comunidades para fidelizar a los usuarios y crear nuevos productos buscando nichos de audiencia muy especializados” (Noguera Vivo, 2008: 267-268).

El weblog “Novedades” —cuyos comentarios se analizan en este artículo— se puso en línea junto con la aparición de la plataforma que permitió a los lectores generar sus propios blogs, como un espacio para informar acerca de los distintos cambios que se producen en el servicio de *blogging*, brindar consejos de uso y canalizar respuestas a las dudas de los lectores-usuarios. “Novedades” podría ubicarse, entonces, dentro de la categoría *blogs corporativos de medios*, que desarrolla Noguera Vivo (2008) para caracterizar a aquellas bitácoras en las que no predomina una finalidad informativa ligada a la actualidad, sino que están “dedicadas a explicar las decisiones que toma diariamente el medio de comunicación, a responder a la audiencia sobre cuestiones referentes al cibermedio o a proporcionar un espacio de encuentro y expresión para la audiencia” (264).

Si bien en la investigación de la cual este escrito es parte se han estudiado todas las notas posteadas en “Novedades”, no se explicitará aquí el análisis pormenorizado de las mismas —porque suman un total de 255 entradas (ver Cuadro 1 en Anexo) —, aunque sí se señalarán, a continuación, ciertas constantes o cualidades recurrentes presentes en ellas.

Como suele suceder en este tipo de discursos, se pudo observar que la mayoría de los posteos presenta una construcción enunciativa típica del universo de los blogs que, como bien recuerda Yus (2010), “son publicaciones en línea que se caracterizan por entradas cortas que, a menudo, están escritas con un estilo expresivo y cotidiano” (120). De este modo, se destaca la utilización de una *posición enunciativa de complicidad*, mediante la cual el enunciador dialoga con el destinatario, utilizando recurrentes y francas *interpelaciones* y, en muchas ocasiones, apelando al recurso del *nosotros inclusivo* para acentuar la presencia de un *colectivo de identificación* del cual tanto quienes escriben en el blog de *Clarín* como quienes lo leen y comentan serían parte.

Véase, para ilustrar todo lo antes expuesto, la primera nota posteada:

Bienvenidos a Clarín Blogs

08 Ene 2008 | Por Comunidad |

¡Hola!

A partir de hoy, en **Clarín Blogs**, vas a poder crear tu propio blog donde podrás subir fotos, textos, audios, videos y mucho más.

Todo lo que quieras decir tendrá un lugar acá y si querés compartir tus gustos, temas de interés y opiniones con tus amigos, familiares y todos los usuarios de la red, éste es tu lugar.

En este blog de **Novedades** te vamos a ir informando de todo lo interesante que ocurra en tu comunidad de blogs. Habrá nuevos tutoriales de ayuda, consejos para mejorar tu blog y su rendimiento, noticias de la blogósfera en general, pero sobre todo, este espacio será el canal de comunicación para que realices todas las consultas que creas necesarias para conocer mejor tu blog.

Bienvenido y disfrutá ya la posibilidad de tener tu propio espacio de comunicación.

¡Abrió tu blog!

La cercanía y complicidad que se construye entre enunciador y destinatario se manifiesta en la elección de la segunda persona del singular, “tu”, pronombre con el cual se apela, de entrada, al lector, así como por el tono cotidiano y descontracturado. También vale señalar la presencia de ciertas *reglas de cortesía* (Yus, 2010: 275) —como el saludo inicial— y el refuerzo de la co-presencia a través del uso de la posición enunciativa caracterizada por Culioli como *Modalidades-4*, que Fisher y Verón

(1986) recuperaron para describir la relación modal que pone en co-presencia al enunciador y al destinatario —y que el sintagma *¡Abrí tu blog!* de la nota arriba citada ilustra—.

A su vez, los editores del blog “Novedades” —que además son los coordinadores del espacio Clarín Blogs— se suelen identificar pronominalmente a través de la utilización de la primera persona del singular y, en algunos casos, mediante la firma del posteo. Estos dos últimos procedimientos discursivos se convierten en *índices* (Peirce, 1987) que fomentan la identificación entre los miembros del medio y la audiencia, a partir de lo que podríamos calificar como una *estrategia discursiva del contacto*, es decir, de un régimen enunciativo que propone “un tipo de relación afectiva y singularizante cuya eficacia comunicativa se mide en términos no de manipulación, ni de influencia o persuasión, sino de seducción” (Biselli y Valdetaro, 2004: 219).

La alusión explícita a “la comunidad” o “la comunidad de usuarios de Clarín Blogs” es otra recurrencia observada tanto en el discurso del blog de *Clarín* como en las respuestas del público que luego se indagarán, operación que se ve refrendada por la presencia de “indicadores de vínculos grupales y comunitarios” (Yus, 2010: 136), como es el caso de las remisiones a las reuniones físicas que se generaron “para ponerle caras a los blogs” —organizadas por el medio o por un grupo de usuarios⁷—o trabajos colaborativos entre distintos blogueros⁸.

El diálogo que parece haberse instituido, en este caso, entre el medio y su público, se manifiesta también en la proliferación de notas generadas especialmente para responder a inquietudes o dudas que los usuarios canalizan a través de los comentarios. De hecho, el medio parecería también devolverle la mirada a su público cuando se informa que algunos cambios de la plataforma son producidos a raíz de las sugerencias de los mismos usuarios⁹.

Por otro lado, un caso particular es el de las notas a través de las cuales el medio pretende instruir a los usuarios acerca del uso de las distintas herramientas de la plataforma, que generalmente son acompañadas con imágenes que ilustran los “pasos a seguir”. En estos casos, la *modalidad enunciativa* habitual se altera en parte, y el *tono cómplice* se intercala con enunciados en donde puede evidenciarse una posición más *didáctica* —en la que el enunciador explica o aconseja—, vehiculizada mediante la adopción de un *estilo* similar al que suelen tener los tutoriales de uso en la web.

Otro tipo de posteo peculiar está representado por aquellos que, bajo el título de “¡Los destacados de la semana!”, tienen como finalidad distinguir periódicamente algunas bitácoras de la comunidad “que pisen fuerte, generen un espacio propio de comunicación e interactúen con los lectores”. Como ellos mismos lo explican: “De esta forma, los blogs que se destaquen dentro de la red de usuarios de comunidad Clarín Blogs, se reflejarán en el sitio principal de *Clarín.com*. Con el objetivo de reconocer y valorar la participación de los bloggers y lectores, desde ahora todos tendrán la oportunidad de ser destacados y de que sus opiniones sean leídas”. Mediante este mecanismo, se seleccionan los blogs que semanalmente comparten un espacio en la portada de *clarin.com* con los “reconocidos bloggers del medio”.

Como puede advertirse en uno de los últimos fragmentos citados en el párrafo anterior, el medio agrupa a su público en dos *colectivos* distintos: *bloggers* y *lectores*, que en algunas notas son reunidos bajo el colectivo *usuarios*. Se verá más adelante de qué modo esta división se corresponde con las distintas *lógicas de reconocimiento* del espacio de Clarín Blogs.

7. Expresadas en posteos como los publicados en las siguientes fechas: 6/5/2008; 8/7/2008; 12/8/2008; 14/8/2008; 26/8/2008; 10/11/2008; 17/12/2008; 29/1/2009; 19/3/2009; 27/4/2009; 9/12/2009.

8. De este tipo de eventos se encontraron al menos tres casos, dos generados por los mismos *bloggers* y uno motivado por el medio: un blog de *comics* “colectivo” que tres usuarios historietistas deciden crear en conjunto (29/5/2008); un blog en el que varios usuarios rescriben un cuento de Cortázar (29/12/2009); un blog que presenta, por episodios, un cuento de navidad escrito colaborativamente (19/11/2008) y “El cuento de navidad en Clarín.com” (19/12/2008).

9. Tal es el caso de los posteos del 19/5/2008 o del 11/12/2009.

4. Metodología para el análisis de las lógicas de reconocimiento

Tal como se señaló con anterioridad, el análisis que aquí se presenta se propuso identificar, caracterizar y clasificar las gramáticas de reconocimiento evidenciables en los discursos de los lectores-usuarios que se materializan en el espacio de los comentarios a los posts del blog "Novedades". El corpus, en este caso, estuvo compuesto por la totalidad de los comentarios a las 254 notas que fueron publicadas desde el 8 de enero de 2008 —fecha en que se puso en línea esta bitácora— al 4 de marzo de 2011. Los comentarios de lectores suman un total de 4308 posts.

Por otro lado, se seleccionó el *weblog* "Novedades" debido a que el mismo es, precisamente, el espacio en el cual el diario difunde las noticias relacionadas con novedades "de la comunidad de blogs".

Situada en el andamiaje teórico-metodológico de la sociosemiótica, esta investigación se interesó por desentrañar las relaciones que se establecen entre el campo de efectos de sentido posibles de que se dispone en producción y los efectos concretos que pueden observarse en reconocimiento, ya que, como lo explican Boutaud y Verón (2007):

Por un lado, cada producto discursivo es una configuración de trayectorias semióticas posibles (...) [y] Por otro lado, cada gramática de reconocimiento puede ser caracterizada como un conjunto de reglas que activan ciertas trayectorias (...), en detrimento de otras (2007: 5).

Respecto del procedimiento analítico, resta agregar que estudiar dichas gramáticas de reconocimiento implica, ineludiblemente, analizar la enunciación del lector —esto es, llevar a cabo un análisis discursivo que recaiga en el nivel de la enunciación¹⁰—, identificando aquellas operaciones enunciativas regulares, es decir, modalidades del discurso cuyo funcionamiento es relativamente constante "y que, en consecuencia, dan cierta estabilidad a la relación soporte/lector" (Verón, 2004: 179). Nuevamente, en palabras de Verón (2004): "El análisis semiológico tiene por objetivo identificar y describir todas las operaciones que (...) determinan la posición de enunciadore y, en consecuencia, la del destinatario" (179). Asimismo, y paralelamente a esta labor, como sostiene Verón, la identificación de operaciones solo puede proceder por diferencias. Dado que el análisis discursivo "se interesa esencialmente por las *diferencias* entre discursos" (Verón, 2004: 49; destacado del autor), nuestra investigación recayó sobre las disparidades sistemáticas entre discursos, perfilando así diferentes tipos de lectores-usuarios. Resumiendo:

Se trata de describir, en un conjunto discursivo, todas las operaciones que definen una diferencia sistemática y regular con otro conjunto discursivo, considerando como hipótesis que ambos están sometidos a condiciones productivas diferentes (Verón, 2004: 53).

Como resultado del análisis de las gramáticas de reconocimiento de los 4308 comentarios de lectores a los posts del blog, se identificaron ciertas constantes y disparidades invariantes en las respuestas del público a la estrategia enunciativa de "Novedades" de *Clarín*. Dichas recurrencias

10. Según la perspectiva de la teoría de los discursos sociales que propone Verón (1998), retomando la concepción peirceana de la red infinita de la semiosis, el reconocimiento solo puede evidenciarse en producción; de ahí que el análisis deba, necesariamente, recaer en el nivel de la enunciación. Verón (1998) lo explica de la siguiente manera: "El análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus 'efectos' (...) Las relaciones de los discursos con sus condiciones de producción por una parte, y con sus condiciones de reconocimiento por la otra, deben poder representarse de forma sistemática; debemos tener en cuenta reglas de generación y reglas de lectura (...) *gramáticas de producción* y (...) *gramáticas de reconocimiento*. Las reglas que componen estas gramáticas describen operaciones de asignación de sentido en las materias significantes (...). Estas operaciones se reconstruyen (o postulan) a partir de *marcas* presentes en la materia significativa (...) 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 solo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción..." (127-130; destacado del autor).

permitieron inferir un conjunto de lógicas de reconocimiento, es decir, la discriminación de tipos o categorías de lectores-usuarios.

5. Resultados y discusión sobre el análisis de los comentarios

En el caso del blog “Novedades”, los comentarios pueden ser generados, según la disposición establecida por el medio, de dos diferentes maneras:

- **los usuarios registrados en la plataforma de Clarín Blogs**¹¹ pueden, en el momento de realizar un comentario, decidir “iniciar sesión” y así poder firmar el mismo con su respectivo avatar, o;
- **los usuarios no registrados** pueden igualmente dejar su comentario en el blog, indicando nombre y cuenta de correo electrónico. Si un usuario no registrado cuenta con una página web o un blog de otra plataforma —de Blogger, por ejemplo— puede indicar su URL en el campo “Tu sitio web o weblog” del formulario para envío de comentarios y, así, dicha dirección web será asociada —mediante hipervínculo— al nombre del usuario.

Por las características del espacio en que se generan las *respuestas* del público —un blog dentro de la plataforma de blogs de *Clarín*—, abunda el uso de *reglas de cortesía* propias de la conversación en Internet, tales como el saludo inicial o la despedida. Asimismo, en sintonía con el *contrato cercano y cómplice* que les ha sido propuesto por *Clarín*, los lectores parecen percibir que hay alguien particular del otro lado, que funciona como nexo con el medio y, por lo tanto, el vínculo se hace más personal, tal como se puede ver en los siguientes comentarios¹²:

7/5/2008, **elmagnifico** en “Los usuarios de Clarín Blogs en vivo”
 Gracias a vos, Doña Novedades, por invitarnos.
 ¿Y la fiesta de Clarín Blogs para cuando será...?

6/10/2008, **anila-rindlisbacher** en “Los destacados de la semana” (3/10/2008)
 Hola Ezequiel (yo digo Ezquiel pero el mensaje es para todos los de Clarin Blog) era para agradecerles que salió mi post en clarin.com!
 [...] Chicos, no se cuanta gente trabaja en Clarin Blogs, yo siempre me dirijo a Ezequiel, pero GRACIAS DE CORAZON un beso para todos Uds.
 Anila

La mayoría de los comentaradores son “usuarios registrados” en Clarín Blogs y, por lo tanto, el apelativo más frecuente para designarse a sí mismos y a los otros usuarios es *bloggers* o *blogueros*:

10/1/2010, **jacintocantalapiedra** en “Nuevo Clarín Blogs: Tutoriales”
 El TEMA DE LA HORA queda por solucionar. Por lo demas, me gusta el nuevo formato. Lo que dice confundida es verdad, a mi me aclaró mucho mas la red Solidaria de algunos Bloggers (Sugus, Miguel T, Jaker, jorgeluis entre otros; que esta pagina. Al menos si me respondieron alguna pregunta que yo plantie, no me entere jamas. Saludos.

11. Es usuario registrado quien a su vez posee un blog —es decir, es un bloguero— en el servicio de *blogging* de *Clarín*.

12. Los comentarios de los lectores se citan sin ninguna corrección sintáctica y ortográfica y, para identificarlos, se indica la fecha de generación del mismo, seguida del nombre de usuario y la referencia de la nota que les dio origen —que cuando se corresponde con “Los destacados de la semana” se agrega también la fecha de publicación de la misma, por existir muchos posteos con el mismo titular. Algunos comentarios demasiado extensos serán reproducidos solo en parte, señalando la operación de recorte con la indicación “[...]”.

18/3/2010, **Leandro** en “Reportes de Abuso y Denuncias en Clarín Blogs”

Ezequiel todos entendemos que esto requiere una puesta a punto, como cualquier sistema nuevo que entra en funcionamiento. [...] Ya que a veces por ejemplo todos los casilleros están ocupados por diferentes post de un mismo blogger, lo cual es bastante difícil de que suceda en la realidad no?. Bueno solo quería darles una mano, saludos!

Sin embargo, también se pudo observar la presencia de algunos comentarios en donde el enunciador se presenta tan sólo como un *lector habitual* de ciertos blogs de *Clarín*:

25/7/2008, **Ferchu** en “Los destacados de la semana” (25/8/2008)

Vivo en alemania y soy lectora fiel del BLOG DE TAITOKU ,de Alas, de el de Margarita Blanco Y de Muñeca Brava. Creo que sobresalen entre todos. Ah Morgan es un capo. Prometo ser una nueva blogger y alcanzar esa excelencia. Besos

30/9/2008, **Maria Rihards** en “Los destacados de la semana” (22/9/2008)

Todavía no tengo blogs pero soy lectoras de muchos de ellos. los que mas me gustaron: [...]

Como “Novedades” es un espacio desde el cual los usuarios pueden ponerse en contacto con los responsables de Clarín Blogs, los comentarios son utilizados en muchas oportunidades para canalizar preguntas técnicas, dudas u otros tipos de consulta, así como para dejar sugerencias que, en ocasiones, el diario luego contempla o incorpora. Es en este tipo de comentarios donde puede advertirse la presencia de *diferentes grados de pericia* entre los usuarios *avanzados* o *expertos* en el uso de distintos software —o con práctica o experiencia en las plataformas de blogs— y usuarios *novatos*, recién llegados al universo 2.0. Se ilustrará lo afirmado con un ejemplo por tipo de usuario:

12/1/2010, **María José** en “Nuevo Clarín Blogs: Tutoriales”

Yo soy usuario avanzado de Wordpress así que no tengo problema para manejarlo. El único tema es que casi no hay disponibles plugins para poner, deberían instalar alguno de estadísticas y el widget “TEXT” que permite poner texto o código html en el sidebar

1/3/2008, **margarita-blanco** en “Los destacados de Clarín Blogs” (8/2/2008)

Acabodellargarconlabuenaintencióndecrearmiblog“Dormiresunplacer!”,peronotengoideadepordóndeempezar.Socorroooooo!!!!Nosépor dóndeempezar.Yotampocosécomoponer mifotoninada! Mejor me voy a dormir tranquila y mañana lo veo con calma.

Espero que alguien se apiade de mí. Besos y abrazos para todos.

Asimismo, muchas veces quienes se constituyen, al menos desde lo discursivo, como usuarios inexpertos, tienen la necesidad de justificar con su edad avanzada el manejo menos idóneo de la plataforma:

8/5/2008, **amy** en “Creatividad para tu blog...”

Buenos los consejos, pero me cuesta ponerlos en práctica, soy de la época de “composición tema”, tienen tantos minutos para entregarlo. Así que cuando recuerdo algo sobre lo que puedo escribir, lo hago y listo...

¿Ansiosa yo? SI Sepan disculpar mis errores de puntuación, no uso corrector ortográfico, si se me desliza una falta ortográfica, recuerden que tengo 66 años y me la banco bastante bien_Chau

No obstante, una revisión ligera de los perfiles de usuario de quienes son comentaristas asiduos de “Novedades” permite advertir que el promedio de edad no bajaría —estimativamente hablando— de los 35 o 40 años. Este dato se refrenda también con las indicaciones de edad que puede uno conjetu-

rar a simple vista de las fotografías que retrataron los distintos eventos presenciales entre miembros de la comunidad. Por lo que pudo contabilizarse a partir de los posteos y comentarios, se generaron, al menos, ocho encuentros presenciales entre usuarios —se reunieron en la Feria del Libro, en bares, en plazas, en la muestra de algún bloguero amigo, para festejar algún cumpleaños o en un Blogfest organizado por *Clarín*—, todos ellos por supuesto en lugares de la Capital Federal o el Gran Buenos Aires. Acciones estas que devienen indicadores de la existencia de lazos comunitarios:

8/5/2008, **lulita** en “Los usuarios de Clarín Blogs en vivo”

HOLAAA!!!!!!!, Bueno antes que nada queria agradecerle a Vanina esta oportunidad que tuvimos para estar en la feria del libro, y poder hablar de la comunidad, y conocernos, por su respeto, por su trato, realmente un amor de persona, y nos hizo sentir muy comodis, nuevamente muchisimas gracias. [...] y un gusto conocerlos, a carlos saf, a el magnifico, esteban!, a bety, a susani y a paio, nos estamos escribiendo!!!, besote.

21/5/2008, **amy** en “Lo que quedó del ciclo de encuentros...”

Estuvo muy bueno, vernos las caras y saber, que no somos meros entes virtuales, valió la pena. Chau

Así, se observa que, con el transcurrir del tiempo, se fortaleció el lazo que une a Clarín Blogs con sus usuarios —y a algunos de estos últimos entre sí—, mientras que otra parte del público se manifiesta en su discurso como quedando por fuera de dicha lógica. Si bien la mayoría de los *bloggers* reconocen la existencia de una “comunidad de usuarios de Clarín Blogs”, no todos se sienten parte de la misma:

15/7/2008, **jubilada-feliz** en “Los bloggers de la comunidad se encuentran”

[...] Jamás leí a Stone,pero voy a buscar algo de lo que dicen...(A veces me siento aislada,siento que hay grupos de amigos,donde me da cosa meterme)...al menos me informo de lo que sucede.

2º) Síííí....quiero joda!!!! me encantaría ir y conocer a gente como maia08,que anda con su paraguas de aquí para allá,Adónde voy ,la encuentro!y a otros tantos,que son joyas escribiendo. ESTOS son los amigos que me gustaría tener!!!Gente como uno,vio? Besos para todos

22/7/2008, **penelope** en “Aprender a vivir en comunidad”

Ja,ja,no tengo esa suerte. Gozo del raro privilegio de no recibir comentario alguno en mi blog,quizás porque carezco de lectores habituales (salvo uno!) o porque mis post son demasiado sesudos para el gusto general. El hecho es que ni troll ni hoygan alguno se ha dignado asomarse a dicho blog, por lo tanto me ahorro la tarea extra de erradicarlos cada vez que abro sesión. De paso propongo crear una nueva comunidad, la de los “PUBLICANTES NUNCA LEÍDOS”, ya que sospecho somos amplia mayoría en la blogosfera clarinera. [...] De todos modos, gracias por aceptarme,y avanti con el bloggeo!

Algunos blogueros, por ejemplo, hasta desconocían la existencia de “Novedades”:

1/8/,2008, **lucia-angelica-folino** en “Arrancaron los premios BOBs 2008”

CON RETRASO, FELIZ DÍA DEL BLOGGER PARA TODOS.

(no sabía que se reunían por aquí). Lu

Si bien son numerosos los usuarios que abrieron varios blogs en la plataforma *Clarín* o que tienen bitácoras allí y en otros servidores, a partir de la lectura de los comentarios puede advertirse que para

ellos esta no es “otra” plataforma cualquiera, sino que le reconocen a la misma el hecho de pertenecer al diario más importante a nivel nacional, lo cual amplificaría sus posibilidades de ser leídos. Lo expuesto se materializa, por ejemplo, en expresiones como: “Muchas Gracias por permitir que la comunidad de Juegos de Azar se vincule a través del Diario más importante de América Latina” (4/4/2008, **fonta** en “Los destacados de Clarín Blogs”), “muchas gracias por la oportunidad de publicar en clarín a través de un blog” (22/1/2009, **maria-sol-alonso** en “Los destacados de la semana en Clarín”), o “estoy muy contento con esto de bloguear en Clarín” (26/2/2009, **yomarcelo** en “Los destacados de la semana”). En este mismo sentido, son sumamente interesantes los comentarios que algunos *bloggers* —a quienes por supuesto les interesa saberse leídos, comentados y reconocidos— realizan luego de haber sido distinguidos dentro de “Los destacados de la semana”:

9/4/2008, **radionet** en “Los destacados...” (8/2/2008)

Hola a todos ! [...] Hace una semana Clarin me dio la posibilidad que puedan conocerme en la pagina central. Deseo que cada uno de ustedes logren vivir esta experiencia de estar entre los periodistas de Clarin.com. [...]

14/8/2008, **gloriallopiz** en “Los destacados de la semana” (8/08/2008)

Hola Ezequiel, Vanina & company:

tengo que agradecerles una vez más. Ahora, por estar en la portada del digital. [...] Me siento encantada de formar parte de esta comunidad. No solo por que pertenece a un periódico de mi querida Argentina. Si no porque me representa. En su totalidad. [...] Gracias por el espacio, el lugar y la libertad! un placer gloria llopiz.

Finalmente, recapitulando lo presentado, resta distinguir las *diferentes lógicas de reconocimiento* que han podido ser reconstruidas —que, por supuesto, no pretende ser exhaustivas— y que darían lugar a cuatro tipos de usuario que decidimos nombrar de la siguiente manera:

- *blogger inquieto*;
- *blogger aislado o recluso*;
- *blogger novato*, y;
- *lector habitual de blogs*.

La primera lógica es la que refiere a un usuario reconocido por los demás *bloggers* que se identifica a sí mismo como miembro de la “comunidad de usuarios”, que posee un blog en la plataforma de *Clarín* casi desde sus inicios, y su experiencia en ella —y en otros servicios de *blogging*— le han permitido ubicarse en el lugar del “usuario experto”. Como interviene activamente de todas las propuestas de Clarín Blogs, comenta asiduamente en “Novedades”, participa de los encuentros presenciales y muchas veces los impulsa —generalmente este tipo de usuario reside en Capital o el conurbano bonaerense—, e interviene en distintos emprendimientos de generación colaborativa de contenidos, se lo ha denominado como *blogger inquieto*. Dentro de esta categoría es posible ubicar, aunque no de modo exclusivo, a usuarios con perfil artístico o profesional: historietistas, dibujantes, diseñadores, escritores, etc.

La segunda lógica, la del *blogger aislado o recluso*, es la de aquel usuario que tiene un blog en *Clarín* pero que, a diferencia del *blogger inquieto*, no ha podido establecer una red de relaciones con otros miembros de la comunidad y, por lo tanto, no se considera ni se siente parte de la misma, aunque le gustaría pertenecer.

La tercera lógica es la de aquel usuario que abre un blog por primera vez y que se cataloga a sí mismo como un *blogger novato* por sus conocimientos rudimentarios al respecto. Este tipo de usuario frecuenta el espacio de comentarios para solicitar la colaboración de los coordinadores de Clarín Blogs o de otros blogueros.

La cuarta y última lógica, que a su vez es la que menos se visible en los comentarios de “Novedades”, es la de aquel usuario que se presenta como lector de clarin.com y visitante asiduo de algunos blogs de la plataforma del diario y que, por lo tanto, ha sido designado como *lector habitual de blogs*. Los usuarios que pertenecen a esta categoría se han incorporado al universo de los blogs a partir de su nexa con el periódico *online* y, aunque parecen no se sentirse motivados a convertirse en blogueros, ya han integrado a este tipo de sitios dentro de sus consumos culturales cotidianos.

6. Consideraciones finales

El propósito de este escrito ha sido abordar un ámbito de la semiosis en particular: el del sentido en recepción. Para ello, se procuró reconstituir, a partir del discurso de los lectores-usuarios presente en los comentarios a los posteos del blog “Novedades” del diario *Clarín*, ciertas lógicas de reconocimiento que, como bien afirma Verón (2004), “siempre son varias, puesto que en un dispositivo de enunciación dado nunca se produce un solo efecto, sino siempre varios, según los receptores” (182). Ello dio lugar a una tipología de lectores-usuarios que discrimina entre: *blogger inquieto*, *blogger aislado o recluso*, *blogger novato*, y *lector habitual de blogs*.

Por otra parte, en general, y más allá de esta diferenciación de lógicas de reconocimiento, en la investigación llevada a cabo pudo observarse cómo, en muchos casos, los usuarios de “Novedades” explicitan a menudo en sus comentarios los motivos de su participación en Clarín Blogs, explicando, en este caso, qué los impulsó a abrir y mantener un *weblog*. De este modo, destacan que la plataforma de Clarín les permite: expresarse, desahogarse o hacer catarsis; desarrollar la pasión por la escritura y ser leídos; compartir información sobre temas que les interesan; intercambiar experiencias con personas que están atravesando situaciones similares; publicar y promocionar la propia producción artística o profesional.

Por último, antes de cerrar vale señalar que la actividad de Clarín Blogs decayó inexorablemente desde el año 2010, situación que se vio reflejada, por supuesto, en el último año de vida del blog “Novedades”. Igualmente, los blogs, estandartes hasta 2010 de la política de participación del medio, fueron, desde entonces, perdiendo visibilidad en la *puesta en página* del diario, hasta terminar desapareciendo por completo.

Tal como lo explicó el por entonces editor jefe de clarin.com, Darío D’Atri (en Raimondo Anselmino, 2012a: 184), el crecimiento de las redes sociales en Internet —en las que el medio también participa desde 2009 a través de sus cuentas oficiales en Facebook y Twitter— se han llevado gran parte de la participación del público que antes era capturada por la plataforma de blogs del diario. Puede cotejarse, por ejemplo, que durante 2010 se publicaron en “Novedades” menos de la mitad de notas que en 2008 y 2009, y que los temas referidos a los nuevos social media fueron ganando terreno en el discurso del blog de *Clarín*, hasta ocupar casi un tercio de los posteos del último año bajo estudio.

El año 2010 fue, de hecho, aquel en el que los periódicos digitales comenzaron a sentir con más fuerza las repercusiones de la consolidación de Facebook y Twitter (Raimondo Anselmino, 2012a; 2013). Y, en este marco, las estrategias de participación centradas en los blogs empezaron a manifestar signos de caducidad. En un blog de un usuario de la plataforma de Clarín, cuya última publicación data de enero de 2011, puede leerse el siguiente posteo:

10/11/2010, **Blog Nosotras las peores reloaded**

Amigos internautas:

CaMbIa ToDo CaMbIa...! Hace un par de años, nuestra cita diaria era a través del blog.! No había día en que no leyéramos un nuevo post, o no dejáramos un comentario. Y casi con una frecuencia de reloj cada 4 o 5 días subíamos un nuevo post.

Luego de a poco la comunidad fue emigrando a Facebook! Allí, a través de las fotos pudimos conocernos un poquito más...

Ahora lo NuEvo es Twitter... un nuevo espacio para seguir comunicándonos, conociéndonos y sobre todo dIVIrTiÉnDoNoS!

Por eso creamos una cuenta @peoresreloaded y tenemos pensado algunos juegos para que podamos divertirnos!

Si no tenés cuenta en Twister! Abrila yá! Y avisanos!!!

Y si ya tenes Twitter seguinos que pronto nos comunicaremos ...

Te esperamos aquí @peoresreloaded

Para mediados de 2011 —momento en que concluyó la investigación de la cual lo aquí escrito es parte—, se advertía ya que sólo una tercera porción de los blogs de usuarios que habían sido distinguidos entre los denominados “destacados de la semana” continuaban en actividad. El resto de las bitácoras se encontraban ya inactivas o directamente habían sido dadas de baja (Raimondo Anselmino, 2012a: 288-289). Por otro lado, si bien en muy pocos casos se encontró un posteo de despedida en donde el autor del blog inactivo justificara el cese de actividad del mismo, en la mayoría de estas entradas se explicita la migración hacia otro servicio gratuito de *blogging*, generalmente el de Blogger —una de las plataformas más reconocidas, que fue adquirida por Google en 2003.

Ya se ha dicho, tanto aquí como en otros trabajos (Raimondo Anselmino, 2013) algo que a esta altura podría considerarse una obviedad: una de las características distintivas de los periódicos digitales es la constante mutabilidad tanto de la información presentada como de los modos que asume dicha presentación. Los productos mediáticos digitales actuales son objetos volátiles e inestables, y los resultados de las pesquisas que se proponen comprender su fisonomía y funcionamiento tienen una vida útil, usualmente, bastante acotada. Podría decirse, incluso, que los datos indicados y la discusión respecto de los mismos, forma parte ya de la *historia reciente* del medio en cuestión. No obstante, y pese a ello, creemos que lo trascendente de esta investigación es que la misma constituye un aporte en el camino por perfilar herramientas teórico-metodológicas que nos permitan conocer la conformación de los públicos de los medios contemporáneos y la producción de sentido de esos —cada vez más complejos— colectivos.

Referencias bibliográficas

Biselli, R. y Valdettaro, S. (2004). “Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita”, *La Trama de la Comunicación. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación* 9: 219-221.

Boutaud, J-J. y Verón, E. (2007). «Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces». En *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. París: Hermès-Lavoisier. [Trad. al español de G. Cingolani, con el título “Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces” (capítulo 8) para el Área Transdepartamental de Crítica de Artes del Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA), Buenos Aires, 2008].

Fisher, S. y Verón, E. (1986). “Teoría de la enunciación y discursos sociales”, *Études de Lettres*, 211(4): 71-92. [Trad. al español de G. Cingolani y S. Moyinedo para el Área Transdepartamental de Crítica de Artes del Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA), Buenos Aires, 2005].

Luhmann, N. (1998). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: Universidad Iberoamericana / Barcelona: Anthropos.

Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era*

digital. Buenos Aires: Paidós.

Noguera Vivo, J. (2008). *Blogs y Medios. Las claves de una relación de interés mutuo*. Texto bajo dominio público. Disponible en http://www.esnips.com/doc/e6e0a76d-5921-4819-910f-247b4cd904c1/BlogsyMedios_2008

Peirce, C.S. (1987). *Obra lógico-semiótica*. Madrid: Taurus.

Raimondo Anselmino, N. (2010a). "Formas de pensar la relación de los medios con su público: reflexiones preliminares de una investigación sobre diarios digitales", *Questión* 1(23): 1-9. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32453>

Raimondo Anselmino, N. (2010b). "¿Qué te pasa Clarín? Crónica del desarrollo de los espacios de intervención y participación del lector", *Revista L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada* 5: 57-67.

Raimondo Anselmino, N. (2011). "O ocaso do modelo intencional: como pensar a noção de 'estratégia discursiva' sob o olhar sócio-semiótico", *Semeiosis, semiótica e transdisciplinaridade em revista* 2: 1-9. Disponible en: <http://www.semeiosis.com.br/u/38>

Raimondo Anselmino, N. (2012a). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en los diarios argentinos Clarín y La Nación*. Buenos Aires: Teseo.

Raimondo Anselmino, N. (2012b). "Un repaso por los estudios sobre la prensa on-line en el ámbito académico nacional", *Question*, 1(33): 235-248.

Raimondo Anselmino, N. (2013). "Un análisis sociosemiótico de la prensa online: investigar el presente en transición". En N. Raimondo Anselmino y C. Reviglio (Eds.), *Territorios de comunicación. Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo* (49-72). Quito: Quipus, Ciespal.

Raimondo Anselmino, N. (2014). "Prensa online y tipos de lectores. Respuestas del público y lógicas de reconocimiento en los comentarios a las noticias del diario argentino La Nación", *Cuadernos.info* 34: 183-195.

Ulanovsky, C. (2011). *Paren las rotativas. Diarios, revistas y periodistas. 1970-2000*. Buenos Aires: Emecé.

Verón, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa.

Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.

Anexo

Cuadro N° 1. Notas publicadas en el blog "Novedades"¹³

8 /01/ 2008: Bienvenidos a Clarín Blogs (3)

14 /01/ 2008: Nuevas pastillas (9)

21 /01/ 2008: Amigos y otros blogs (7)

21 /01/ 2008: Creatividad para tu blog: 6 consejos (19)

8 /02/ 2008: Los destacados de Clarín Blogs (54)

14 /02/ 2008: Ahora los usuarios de Clarín Blogs tienen su lugar en Clarín.com (22)

12 /03/ 2008: Los usuarios de Clarín Blogs se acuerdan de Jorge Guinzburg (25)

31 /03/ 2008: ¿Sos educado en Internet? (7)

24 /04/ 2008: ¡Clarín Blogs en la Feria del Libro! (2)

13. Se indica en orden cronológico todas los posteos del blog con sus respectivas fechas de publicación, el título de la nota y, entre paréntesis, la cantidad de comentarios suscitados.

- 26 /04/ 2008: Clarín Blogs en la Feria. Te esperamos hoy 16.30 hs! (1)
27 /04/ 2008: Clarín Blogs en la Feria: Programa completo de charlas (4)
28 /04/ 2008: Blogs, actualidad y medios (en la Feria del Libro) (0)
28 /04/ 2008: Blogs y Cultura (hoy charla en vivo desde la Feria del Libro) (1)
30 /04/ 2008: Blogs y Educación (Desde las 16:30, hoy charla en vivo desde la Feria del Libro) (0)
2 /05/ 2008: Mañana: Blogs y Ciudadanía en la Feria del Libro (1)
5 /05/ 2008: Blogs, Prevención y Salud en la Feria del Libro (1)
5 /05/ 2008: Nos toca a nosotros y tenemos entradas para la Feria del Libro (1)
5 /05/ 2008: ¡Blogs, Prevención y Salud en vivo! (1)
5 /05/ 2008: ¿Querés ir a la Feria del Libro y encontrarte con otros bloggers de Clarín Blogs? (2)
6 /05/ 2008: Mañana: los miembros de la comunidad de Clarín Blogs en la Feria del Libro (0)
7 /05/ 2008: Problemas técnicos ¡Mil disculpas! (8)
7 /05/ 2008: ¡Los usuarios de Clarín Blogs en vivo! (7)
8 /05/ 2008: ¡Los bloggers de Clarín hablaron en la Feria del Libro! (11)
8 /05/ 2008: El campo, el Chaitén, el tren bala y el Nargis (9)
9 /05/ 2008: Los destacados de la semana en Clarín Blogs (25)
9 /05/ 2008: Mañana: Blogs y Humor en la Feria del Libro (5)
10 /05/ 2008: ¡Blogs y Humor en vivo desde la Feria del libro! (5)
12 /05/ 2008: Lo que quedó del ciclo de encuentros "Todos podemos tener un blog" en la Feria del Libro (7)
13 /05/ 2008: ¡Consejos útiles para mejorar tu blog! (15)
14 /05/ 2008: Consejo útiles para tu blog: cómo escribir y mejorar los títulos (12)
16 /05/ 2008: Los destacados de la semana (16)
19 /05/ 2008: Nuevos diseños para tu blog (41)
20 /05/ 2008: Consejos útiles para tu blog: cómo usar categorías y etiquetas (tags) (5)
20 /05/ 2008: Una lavada de cara para tu blog (7)
21 /05/ 2008: Todos los blogs que quieras (16)
22 /05/ 2008: Consejos útiles para tu blog: cómo usar enlaces y por qué son importantes (7)
23 /05/ 2008: Más, más, más: nuevos diseños para tu blog (16)
23 /05/ 2008: Los destacados de la semana (10)
26 /05/ 2008: Consejos útiles para tu blog: por qué la frecuencia de publicación es importante (30)
27 /05/ 2008: ¡Te invito a publicar en mi blog! (20)
29 /05/ 2008: Mañana empieza "Samsara, la tira vagabunda" (8)
30 /05/ 2008: Los destacados de la semana (11)
3 /06/ 2008: Las declaraciones de José Pablo Feinmann (21)
6 /06/ 2008: Insertar imágenes en los posteos (39)
6 /06/ 2008: Los destacados de la semana (18)
10 /06/ 2008: 15 de junio: Día Internacional del Comentarista (20)
12 /06/ 2008: Cómo abrir un blog en Clarín Blogs (1)
13 /06/ 2008: Los blogs destacados de la semana (14)
20 /06/ 2008: Los destacados de la semana (24)
28 /06/ 2008: Los destacados de la semana (22)
4 /07/ 2008: Los cinco destacados de la semana (17)
8 /07/ 2008: Los bloggers de la comunidad se encuentran (17)

- 11 /07/ 2008: Los destacados de la semana (33)
15 /07/ 2008: Problemas con la visualización de la portada (25)
18 /07/ 2008: Los destacados de la semana (16)
18 /07/ 2008: Aprender a vivir en comunidad (44)
24 /07/ 2008: Inconvenientes técnicos (25)
25 /07/ 2008: Los blogs destacados de la semana (26)
1 /08/ 2008: Los blogs destacados de la semana (22)
8 /08/ 2008: ¿Por qué la autocensura? (26)
8 /08/ 2008: Los destacados de la semana (17)
11 /08/ 2008: ¡Cuidado con el perro! (0)
12 /08/ 2008: Inauguración de la muestra de Paio (15)
14 /08/ 2008: ¡Nos encontramos el sábado! (10)
15 /08/ 2008: Los destacados de la semana (14)
21 /08/ 2008: Fotos del encuentro de bloggers (36)
22 /08/ 2008: Los destacados de la semana (13)
26 /08/ 2008: ¡No te pierdas el BLOGFEST 08! (4)
29 /08/ 2008: 31 de Agosto Día del Blog (5)
29 /08/ 2008: Los destacados de la semana (13)
1 /09/ 2008: Arrancaron los premios BOBs 2008
4 /09/ 2008: Blogfest en imágenes y palabras (14)
5 /09/ 2008: Los destacados de la semana (24)
14 /09/ 2008: Los destacados de la semana (35)
22 /09/ 2008: Los destacados de la semana (38)
26 /09/ 2008: ¡Sorpresa! El nuevo diseño de Clarín Blogs (49)
26 /09/ 2008: Haciendo ajustes y recibiendo sugerencias sobre el nuevo diseño (74)
29 /09/ 2008: Los candidatos para los premios BOBs 2008 (53)
30 /09/ 2008: Primeros ajustes del nuevo diseño (59)
3 /10/ 2008: Los destacados de la semana (51)
10 /10/ 2008: Los destacados de la semana (33)
17 /10/ 2008: Los destacados de la semana (37)
23 /10/ 2008: Spam en los comentarios de la comunidad (38 comentarios)
24 /10/ 2008: Los blogs destacados de la semana (39)
31 /10/ 2008: Los destacados de la semana (32)
7 /11/ 2008: Los destacados de la semana (3 al 7 de Nov) (19)
10 /11/ 2008: Tertulias literarias en Caseros (4)
11 /11/ 2008: “El cielo espera a los buenos de corazón” (Hipo) (31)
13 /11/ 2008: Rosario Blog Day 2008 (5)
14 /11/ 2008: Los destacados de la semana (10 al 14 de Nov) (20)
17 /11/ 2008: Charla sobre infertilidad en el Congreso (1)
19 /11/ 2008: Convocatoria: Cuento de Navidad 2008 (75)
21 /11/ 2008: Los destacados de la semana (17 al 21 de Nov) (23)
24 /11/ 2008: Votaciones del Cuento de Navidad 2008 (90)
28 /11/ 2008: Los destacados de la semana (19)
1 /12/ 2008: Y los escritores del Cuento de Navidad 2008 son: (28)

- 1 /12/ 2008: Las parejas del Cuento de Navidad 2008 (25)
- 2 /12/ 2008: Buscamos un nuevo ilustrador (36)
- 5 /12/ 2008: Día Internacional del Voluntariado (2)
- 5 /12/ 2008: El sorteo del nuevo ilustrador (9)
- 9 /12/ 2008: Los destacados de la semana (10)
- 12 /12/ 2008: Los blogs destacados y el rediseño de Clarín.com (18)
- 14 /12/ 2008: Los destacados de la semana (8 a 12 de Dic) (10)
- 17 /12/ 2008: Concurso "1 año en 1 post" (38)
- 17 /12/ 2008: Encuentro y festejo blogueril (16)
- 19 /12/ de 2008: El Cuento de Navidad en Clarín.com (15)
- 22 /12/ 2008: Los destacados de la semana (15 al 19 de Dic) (35)
- 23 /12/ 2008: El Cuento de Navidad completo (23)
- 9 /01/ 2009: Los destacados de la semana (5 al 9 Ene) (8)
- 12 /01/ 2009: ¡Votaciones en la comunidad! (29)
- 16 /01/ 2009: Los destacados de la semana (12 al 16 Ene) (34)
- 22 /01/ 2009: Cómo publicar videos en tu blog (28)
- 23 /01/ 2009: Los destacados de la semana (19 al 23 Ene) (46)
- 29 /01/ 2009: Encuentro blogueril en el Abasto (20)
- 30 /01/ 2009: Los destacados de la semana (26 al 30 Ene) (28)
- 6 /02/ 2009: Los destacados de la semana (2 al 6 Feb) (16)
- 9 /02/ 2009: Inconvenientes técnicos + Segovia (9)
- 9 /02/ 2009: Twestival: encuentro twittero solidario (10)
- 13 /02/ 2009: Los destacados de la semana (9 al 13 Feb) (20)
- 16 /02/ 2009: Bloggers solidarios por Tartagal (10)
- 18 /02/ 2009: 9º Feria del Libro Chaqueño y Regional (16)
- 20 /02/ 2009: Los destacados de la semana (16 al 20 Feb) (20)
- 24 /02/ 2009: Vuelven los destacados a Clarín.com (28)
- 27 /02/ 2009: Los destacados de la semana (23 al 27 Feb) (19)
- 5 /03/ 2009: Inconvenientes con notificaciones por mail (24)
- 6 /03/ 2009: Los destacados de la semana (2 al 6 Mar) (24)
- 13 /03/ 2009: Los destacados de la semana (9 al 13 Mar) (11)
- 16 /03/ 2009: ¡Comienza el concurso "Cyber Humor"! (1)
- 16 /03/ 2009: Concurso "Cyber Humor" (semana 1) (30)
- 19 /03/ 2009: Encuentro blogueril en Ramos Mejía (19)
- 20 /03/ 2009: Los destacados de la semana (16 al 20 Mar) (21)
- 25 /03/ 2009: Concurso "Cyber Humor" (semana 2) (6)
- 27 /03/ 2009: Los destacados de la semana (23 al 27 de Mar) (19)
- 31 /03/ 2009: Concurso "Cyber Humor" (semana 3) (9)
- 31 /03/ 2009: VeoVeoTV, el videoblog de Clarín Blogs (15)
- 3 /04/ 2009: Los destacados de la semana (30/3 al 03/4) (12)
- 6 /04/ 2009: Concurso "Cyber Humor" (semana 4) (12)
- 13 /04/ 2009: Roca Blog Day 2009 (6)
- 17 /04/ 2009: Los destacados de la semana (13 al 17 Abr) (23)
- 23 /04/ 2009: ¡Clarín Blogs dice presente en la Feria del Libro! (6)

- 24 /04/ 2009: Programa completo de charlas en la Feria del Libro (14)
- 24 /04/ 2009: Los destacados de la semana (20 al 24 Abr) (7)
- 27 /04/ 2009: Encuentro blogueril en Palermo (13)
- 5 /05/ 2009: Los usuarios de Clarín en la Feria del Libro (4)
- 8 /05/ 2009: Lo que quedó del encuentro en Palermo (5)
- 8 /05/ 2009: Los destacados de la semana (27 de Abr al 08 de May) (6)
- 8 /05/ 2009: Mañana: “Redes Sociales, tu identidad virtual” en la Feria del Libro (1)
- 12 /05/ 2009: Reflexión y aprendizaje en el Día Internacional de Internet (1)
- 12 /05/ 2009: Por segundo año, los blogs dijeron presente en la Feria (5)
- 15 /05/ 2009: Los destacados de la semana (11 al 15 de May) (15)
- 22 /05/ 2009: Los destacados de la semana (18 al 22 de May) (15)
- 26 /05/ 2009: Spam en los comentarios de la comunidad (70)
- 28 /05/ 2009: Internet, web y blogs 1 (8)
- 29 /05/ 2009: Los destacados de la semana (25 al 29 de May) (10)
- 5 /06/ 2009: Los destacados de la semana (1 al 5 de Jun) (25)
- 16 /06/ 2009: Los destacados de la semana (8 al 12 de Jun) (20)
- 24 /06/ 2009: Clarín Blogs en Twitter: ¡sumate! (18)
- 26 /06/ 2009: Los destacados de la semana (22 al 26 de Jun) (9)
- 6 /07/ 2009: Los destacados de la semana (29 de Jun al 3 de Jul) (9)
- 8 /07/ 2009: Internet, web y blogs #2 (2)
- 10 /07/ 2009: Los destacados de la semana (6 al 10 de Jul) (4)
- 17 /07/ 2009: Los destacados de la semana (13 al 17 de Jul) (12)
- 21 /07/ 2009: Mantenimiento de servidores (16)
- 22 /07/ 2009: ¡Sumá tu sugerencia, estamos escuchando! (13)
- 24 /07/ 2009: Internet, web y blogs #3 (0)
- 24 /07/ 2009: Los destacados de la semana (20 al 24 de Jul) (19)
- 31 /07/ 2009: Los destacados de la semana (27 al 31 de Jul) (31)
- 6 /08/ 2009: Mar del Plata Blog Day 2009 (11)
- 18 /08/ 2009: ¡Se viene la Kermese de Blogs! (8)
- 19 /08/ 2009: Internet, web y blogs #4 (2)
- 21 /08/ 2009: Los destacados de Clarín Blogs (17)
- 26 /08/ 2009: ¡Día del Blog 2009! (5)
- 28 /08/ 2009: Los destacados de la semana (24 al 28 de Ago) (15)
- 31 /08/ 2009: ¡Feliz Día del Blog! (14)
- 31 /08/ 2009: ¡Un concurso ideal para los usuarios de Clarín Blogs! (7)
- 2 /09/ 2009: Banners en Clarín Blogs (17)
- 4 /09/ 2009: Internet, web y blogs #5 (1)
- 4 /09/ 2009: Los destacados de la semana (31 de Ago al 4 de Sep) (14)
- 8 /09/ 2009: Solidaridad 2.0: ¡se viene el Twestival local! (1)
- 11 /09/ 2009: Los destacados de la semana (7 al 11 de Sep) (15)
- 16 /09/ 2009: Segundo encuentro de la Kermese de Blogs (5)
- 18 /09/ 2009: Los destacados de la semana (14 al 18 de Sep) (15)
- 25 /09/ 2009: Los destacados de la semana (21 al 25 de Sep) (8)
- 28 /09/ 2009: Internet, web y blogs #6 (2)

- 2 /10/ 2009: Los destacados de la semana (28 de Sep al 2 de Oct) (14)
5 /10/ 2009: El blog "Ciega a citas" llega a la televisión (12)
9 /10/ 2009: Los destacados de la semana (5 al 9 de Oct) (7)
13 /10/ 2009: Internet, web y blogs #7 (2)
16 /10/ 2009: Los destacados de la semana (12 al 16 de Oct) (8)
23 /10/ 2009: Los destacados de la semana (19 al 23 de Oct) (9)
2 /11/ 2009: Inconveniente: cambio de horario (5)
2 /11/ 2009: Los destacados de la semana (26 al 30 de Oct) (7)
6 /11/ 2009: Los destacados de la semana (2 al 6 de Nov) (6)
9 /11/ 2009: Internet, web y blogs #8 (1)
10 /11/ 2009: ¡Se viene Mendoza Blog Day 2009! (2)
13 /11/ 2009: Los destacados de la semana (9 al 13 de Nov) (9)
17 /11/ 2009: ¡Llega Rosario Blog Day 2009! (4)
20 /11/ 2009: ¡Primer concurso de blogs cordobeses! (3)
20 /11/ 2009: Los destacados de la semana (16 al 20 de Nov) (5)
25 /11/ 2009: Internet, web y blogs #9 (4)
27 /11/ 2009: Los destacados de la semana (23 al 27 de Nov) (8)
4 /12/ 2009: Los destacados de la semana (30 de Nov al 4 de Dic) (4)
9 /12/ 2009: Inconveniente: inestabilidad de la comunidad (7)
9 /12/ 2009: ¡Fiesta de fin de año entre bloggers! (16)
11 /12/ 2009: Atención: ¡Llega un nuevo Clarín Blogs! (103)
29 /12/ 2009: "El almohadón de plumas" en la comunidad (17)
30 /12/ 2009: ¡Falta mucho menos para tener un Clarín Blogs renovado! (32)
31 /12/ 2009: ¡Feliz Año Nuevo! (20)
4 /01/ 2010: Nuevo Clarín Blogs: puesta online en proceso (53)
4 /01/ 2010: Nuevo Clarín Blogs: Tutoriales (instructivos) (94)
8 /01/ 2010: Preguntas y respuestas sobre el nuevo Clarín Blogs (111)
18 /01/ 2010: WordPress, la nueva plataforma de Clarín Blogs (64)
19 /01/ 2010: ¿Por qué blogueás? (31)
20 /01/ 2010: ¿Qué posteo recordás? (22)
21 /01/ 2010: ¿Sabías que una ONG en Argentina puede ganar 1 millón de dólares? (6)
22 /01/ 2010: ¿Cómo son los comentarios? (37)
11 /02/ 2010: The BOBs 2010: los mejores blogs del mundo (13)
17 /02/ 2010: ¡Se viene el Twittbaire! (0)
26 /02/ 2010: Concurso: ¡Atención ilustradores y amantes de la ficción! (12)
1 /03/ 2010: Reportes de Abuso y Denuncias en Clarín Blogs (24)
17 /03/ 2010: ¡Se viene el Twestival 2010! (0)
18 /03/ 2010: Recordatorio para Ilustradores y Dibujantes (3)
22 /03/ 2010: Twitter está de festejo (3)
26 /03/ 2010: The BOBs 2010: ¡ya podés votar a tus candidatos! (10)
12 /04/ 2010: Un blog, una mujer y un año de donaciones (2)
19 /04/ 2010: Se viene el Roca Blog Day 2010 (2)
27 /04/ 2010: Clarín blogs, nuevamente en la Feria del Libro (16)
4 /05/ 2010: Las Redes Sociales, presentes en la Feria del Libro (1)

- 4 /05/ 2010: Internet como espacio de experimentación de nuevas narrativas (13)
- 4 /06/ 2010: Twitter llegó a los protagonistas del Mundial (5)
- 10 /06/ 2010: TEDxBuenosAires: ya están disponibles los videos (0)
- 11 /06/ 2010: Los destacados de la semana (7 al 11 de junio) (9)
- 16 /06/ 2010: El tweet más bello del mundo (8)
- 18 /06/ 2010: Si Facebook fuera un país (12)
- 25 /06/ 2010: Un espacio para debatir sobre la escritura en la red (5)
- 8 /07/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (12)
- 13 /07/ 2010: Se viene la película de Facebook (5)
- 16 /07/ 2010: El prisma de los medios sociales (5)
- 27 /07/ 2010: El crecimiento de Twitter (12)
- 2 /08/ 2010: Inconvenientes técnicos: solucionado (46)
- 11 /08/ 2010: Legisladores porteños y política 2.0 (2)
- 13 /08/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (15)
- 17 /08/ 2010: Mar del Plata Blog Day 2010 (2)
- 19 /08/ 2010: Prueba: captcha en los comentarios (30)
- 20 /08/ 2010: ¡Día del Blog 2010! (12)
- 22 /09/ 2010: ¿Te gusta la tecnología? ¡No te pierdas el Social Media Week BA! (3)
- 22 /09/ 2010: Mañana: corte programado de Clarín Blogs (20)
- 1 /10/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (16)
- 5 /11/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (13)
- 12 /11/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (4)
- 25 /11/ 2010: Una red de noticias a partir de Twitter (4)
- 1 /12/ 2010: Wikileaks: el método (11)
- 10 /12/ 2010: ¡Los destacados de la semana! (15)
- 4/03/2011: Atención: Se vienen cambios en la Comunidad (34)

Fuente: elaboración propia sobre posteos del blog “Novedades”