

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Discurso informativo y audiencias locales: sitios digitales y nuevas modalidades de consumo

Año
2020

Autoras
Sgammini, Marcela y Martínez, Fabiana

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Sgammini, M. y Martínez, F. (2020). *Discurso informativo y audiencias locales: sitios digitales y nuevas modalidades de consumo*. 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Título: “Discurso informativo y audiencias locales: sitios digitales y nuevas modalidades de consumo”

Eje 3: Producción en conocimiento académico

Autoras:

-Sgammini, Marcela

IAPCS- Universidad Nacional de Villa María

Pedro Goyena 1452- Córdoba

marce.sgammini@gmail.com

-Martínez, Fabiana

Huarte 2964- Córdoba

fabianam@arnet.com.ar

Palabras claves: sitios digitales- discurso-consumo

Introducción

El presente trabajo contiene algunos resultados producidos por una investigación más amplia, llevada a cabo durante los años 2018 y 2019, titulada “Medios de comunicación, identidad local y público: estudios de consumo y recepción en Villa María”. La indagación realizada, que tomó en cuenta diferentes medios de comunicación de alcance local, fue desarrollada desde un punto de vista interdisciplinario en el que convergen la semiótica y los estudios de audiencia, en una perspectiva que retoma principalmente los aportes de Eliseo Verón y la producción de los *Cultural Studies* británicos. Así, y recuperando elementos de ambos enfoques, formulamos una problemática ubicada en esa zona que articula por un lado “dispositivos tecnológicos y condiciones específicas de producción y recepción, configuración que estructura el mercado discursivo de las sociedades actuales” (Verón, 1997: 35) y, por otro lado, lógicas de consumo colectivas. Esta postulación nos lleva a un trayecto que implica indagar tanto en el estado actual del acceso a los aparatos digitales como el campo de los efectos de sentido en discursos efectivamente producidos por los usuarios, pasando por los dispositivos de enunciación de ciertos soportes que vehiculizan la información periodística.

En particular presentamos aquí un análisis de los portales de noticias más importantes de Villa María (provincia de Córdoba), que en los últimos años han tenido un notorio auge en las preferencias de los públicos lectores, desplazando en muchos casos a la prensa gráfica del sitio de privilegio que había conquistado.

Accesibilidad tecnológica y gramáticas de producción

Los sitios *Villa María ya!* y *Villa María Vivo* -objeto de nuestro estudio- se configuran desde su aparición como modalidades propias de las interacciones digitales, en la medida en que no se presentan como la transposición de medios de comunicación preexistentes. Se trata de opciones construidas a partir de las posibilidades propias de los lenguajes digitales (tales como fragmentación, hipertextualidad, heterogeneidad de materias significantes, omnienunciadores, translectores, temporalidades de desfase cero, entre otras), en los límites agregados de dispositivos portátiles de acceso (como los smartphones). Más allá de las peculiaridades que ostentan como oferta informativa, la rápida y extendida aceptación de estos medios en diversos sectores socioeconómicos debe ser comprendida en el marco de procesos más amplios y complejos que vienen intensificándose desde hace algunos años en nuestro país¹ y cuya ocurrencia en el ámbito de Villa María hemos podido constatar en investigaciones previas realizadas. Nos referimos a:

- Cambios importantes en el equipamiento personal y doméstico, sobre todo en la multiplicación de los aparatos digitales disponibles en los hogares y por persona. Si bien persiste la vigencia de los “medios clásicos” conviviendo con los novedosos -vinculados al uso de la web-, es muy alta la disponibilidad de dispositivos digitales personales (fundamentalmente, celulares, pero también ipod, notebooks, tablets y mp3) que desplaza a los “medios-muebles” y sus escenas domésticas (la televisión compartida por la familia en el living, la radio marcando el ritmo de los días...).

¹ Los datos obtenidos en nuestras investigaciones en relación con el crecimiento del equipamiento tecnológico corroboran los resultados observables en relevamientos a nivel nacional, tales como los realizados por la Encuesta Nacional de Consumos Culturales en 2017, estudios de consultoras especializadas (Carrier) en 2019, y otros, que expresan la creciente presencia de los dispositivos móviles que deslocalizan físicamente la conexión a Internet, antes realizadas por las PC de escritorio, notebooks y tablets.

- En vinculación con lo anterior, la existencia de prácticas diferenciadas de uso y consumo, caracterizadas por la accesibilidad a diferentes productos digitalizados (música, películas, noticias), la extrema personalización, la construcción de archivos personales, y sobre todo, la portabilidad, la translocalización y el “acceso/contacto continuo” (en todo lugar y a lo largo de todo el día) a la red y sus géneros discursivos (Martínez y Sgammini, 2016).
- Esta tendencia se observó primero en el grupo de jóvenes de sectores medios y medios altos, pero en luego fue alcanzando a otros grupos sociales y etarios, en parte gracias al entrenamiento paulatino de los adultos en los lenguajes digitales y la disponibilidad cada vez más extendida de smartphones. Esto habilitó finalmente las condiciones necesarias para un acceso generalizado a todo tipo de productos digitales, entre ellos, a los “portales de noticias”, que comenzaron a competir exitosamente con los soportes tradicionales de la información.

Es lógico por lo tanto presuponer que el consumo de los productos culturales se modifica de acuerdo con estas nuevas posibilidades que son tecnológicas, pero también socio-discursivas. Los consumos migran del papel a la PC, y de allí a la Internet que llega al celular que aparece entonces como una terminal multifunción de consumo cultural para una amplia parte de la población, y transforma también el acceso a las modalidades del discurso informativo, facilitando una transposición desde el diario digital (más emparentado con el diario en papel) hacia los portales de noticias visualizados a través del teléfono móvil.

Los sitios informativos analizados -*Villa María Ya!* y *Villa María Vivo*, íntegramente dedicados a las noticias locales- se desarrollaron en la ciudad partir del año 2013, y parte de su rápido éxito² puede atribuirse a las transformaciones tecnológicas estructurales mencionadas y a la accesibilidad de su consumo. Pero hay otras dimensiones a considerar. Una de ellas tiene que ver con algunas cuestiones que este formato ha sabido sintetizar: por un lado, los gustos de los públicos (tanto por la información local como por la creciente preferencia de informarse a través de la web); por otro lado, las modificaciones advertidas en los propios géneros discursivos que se identifican como “noticiosos” pero que se encuentran marcados cada vez más por el infoentretenimiento, las llamadas “secciones

² Para dar una idea, el 8 de marzo de 2019 uno de los sitios tenía 98.619 conectados, y el otro 18.818, en una ciudad que cuenta con un total de 98.169 habitantes (INDEC).

blandas”, la telerrealidad y las narrativas de los celebrity-gossip³. Así, la relevancia de estos portales –sobre todo del más popular de ellos, *Villa María Ya!*- no podría adscribirse simplemente a una adecuación de las tecnologías, sino también a una acertada percepción de la importancia que para los nuevos públicos tienen nuevas definiciones acerca de qué es posible considerar “noticia” (y de los desplazamientos de los contenidos en relación a la intimidad y el escándalo), de la generalizada preferencia por las noticias locales y de nuevos lenguajes y retóricas disponibles vinculadas al “sensacionalismo”, ya afianzados en otros medios de comunicación (fundamentalmente, en la televisión), que estos soportes han logrado recuperar y resignificar. Por ello, en un formato digital y enteramente asentados en el género discursivo de la “noticia”, cercanos a las versiones recientes de diarios digitales pero a la vez con agendas y retóricas completamente diferentes y novedosas, con estilos y estrategias de enunciación ya diseñados para un consumo a través del celular, estos sitios presentan nuevos contratos de lecturas que vale la pena investigar, y que de hecho hemos indagado en una primera etapa de la investigación. En esta línea, y recuperamos algunos rasgos centrales de la “gramática de producción” de estos discursos, que se vinculan con el sentido generado en recepción.

En primer lugar, las denominaciones de ambos medios: *Villa María Ya!* y *Villa María Vivo* marcan, desde el inicio, un lazo con lo territorial y cierta temporalidad mediática, al incluir el nombre de la ciudad, deícticos temporales y una modalidad de transmisión (en vivo) caracterizada por la urgencia y la inmediatez. En su presentación, *Villa María Ya!*⁴ establece con precisión sus objetivos y su perfil: “Hacemos del periodismo una pasión. Pretendemos relatar la realidad, el día a día, como lo hace la gente común a quienes queremos informar en cada jornada, todas las horas, a través de modernas herramientas que nos propone la informática” (“Quiénes somos”, sitio digital). El soporte se muestra como un “sitio digital independiente”, y configura un Otro negativo que rechaza: “no hacemos periodismo militante”. Interpela así a los vecinos villamarienses, en una vinculación en flujo y continua a lo largo del día, con un énfasis en el periodismo como equivalente a una pasión y a la búsqueda de la verdad. Esa exposición pone en juego algunos valores clásicos de la noticia

³ En rigor, estas modalidades tienen una vasta vigencia en la industria audiovisual y gráfica, aunque son desestimados o minusvalorados como objetos de estudio en el campo de la comunicación y la cultural, tal como señala Justo von Lurzer (2017).

⁴ <http://www.villamariaya.com>.

(neutralidad, tolerancia, profesionalidad) con componentes novedosos (pasión, relación directa con los vecinos, interpelación constante, simetría). En todos sus componentes, apela al contacto y la convivencia. Por su parte, *Villa María vivo*⁵, realiza en cambio una presentación más institucional que pathémica, desde una modalidad delocutiva que deja clara la distancia entre quienes producen información y quienes la hacen: “Un ejercicio responsable y autocrítico del periodismo, con respeto hacia los miles de usuarios diarios, las fuentes y los protagonistas de las noticias. Respetamos las diversas opiniones políticas, opciones religiosas y de la vida privada de las personas. Consideramos a la información como un bien y un servicio de interés público” (“Quiénes somos”, sitio digital). En este caso, se ostenta la experiencia previa de los periodistas en medios legitimados y de tradición (como el haber trabajado en *La Voz del Interior*, el diario centenario de la capital provincial) y se configura un enunciador estrictamente situado en las modalidades clásicas del periodismo blanco (calidad de la información, ejercicio responsable y autocrítico, rigor en las fuentes, información como un bien y un servicio público). Pasión, vecindad y simetría, en un caso; en el otro, rigurosa combinación de los componentes del periodismo clásico⁶ encarnado ahora en un “portal”: promesa complementaria y pedagógica, transparencia, legitimación por remisión a medios previamente existentes. Por otro lado, los nombres no establecen ningún anclaje con ningún medio masivo previo: ni diario, ni radio, ni televisión; sí una promesa de proximidad territorial e inmediatez temporal, acompañada siempre por la interpelación de la urgencia, la imposibilidad de la posposición, la imposición de un *ahora*. Ni diario, ni programa radiofónico, ni informativo televisual; sin embargo, su carácter informativo es indudable tanto en relación al enunciador como a la interpelación a las audiencias, ya que el género que determina a casi toda la producción discursiva es la noticia⁷, y los portales se incorporan plenamente al campo de los medios de comunicación locales como un dispositivo más, plenamente legítimo en su capacidad de proponer una agenda (local) y construir nuevos modelos de actualidad.

⁵ <http://www.villamariavivo.com>

⁶ Atorresi (1996) refiere al “periodismo blanco” –en oposición al “amarillo” y al “nuevo periodismo”– como aquel que pone el foco en actores y acontecimientos públicos, con un predominio de representantes oficiales del Estado y del Gobierno como una entidad colectiva, predominante en la tradición gráfica de grandes diarios nacionales, tales como Clarín o La Nación.

En segundo lugar, y siguiendo con las particularidades discursivas, señalamos los aspectos que diferencian a estos sitios de los primeros productos informativos en la web. Cuesta y Zelcer (1998, 2002, 2003, 2009), Scolari (2004, 2008), entre otros, describen el proceso de transposición de los diarios a Internet evidenciando cómo, paulatinamente, las propiedades textuales del “diario digital” se fueron vinculando cada vez más con las posibilidades del lenguaje de la web, y distanciándose a la vez, del formato original en papel. Este pasaje conllevó importantes cambios: las actualizaciones permanentes, la inclusión de otras materias significantes (imágenes, videos, sonidos) en un dispositivo cada vez más medial y la inserción de herramientas interactivas que intensificaron el carácter simétrico de la enunciación. Es decir: después de haber pasado varios años, actualizaciones, hipermedralidad e interactividad, se instituyen como rasgos discursivos propios del diario digital contemporáneo, cada vez más alejado de su versión en papel al aprovechar de modo creciente las potencialidades de la web. Los dos portales estudiados ostentan, con algunas diferencias, estas características, como veremos a continuación.

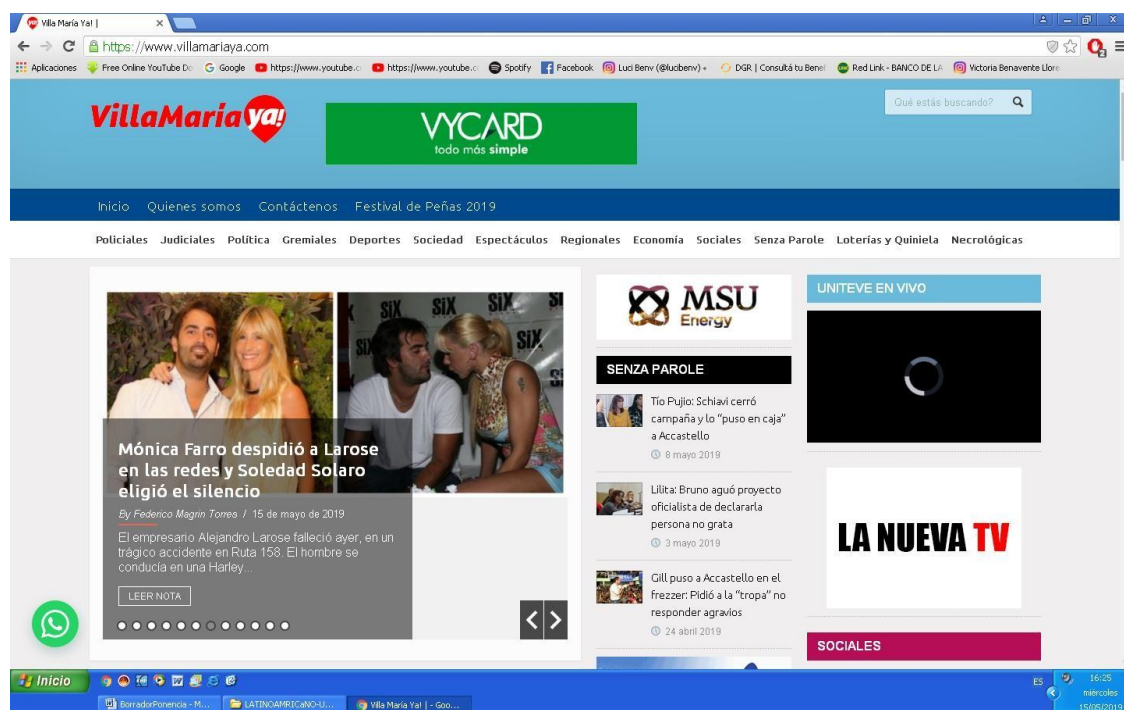
Actualidad y actualización en los portales de noticias

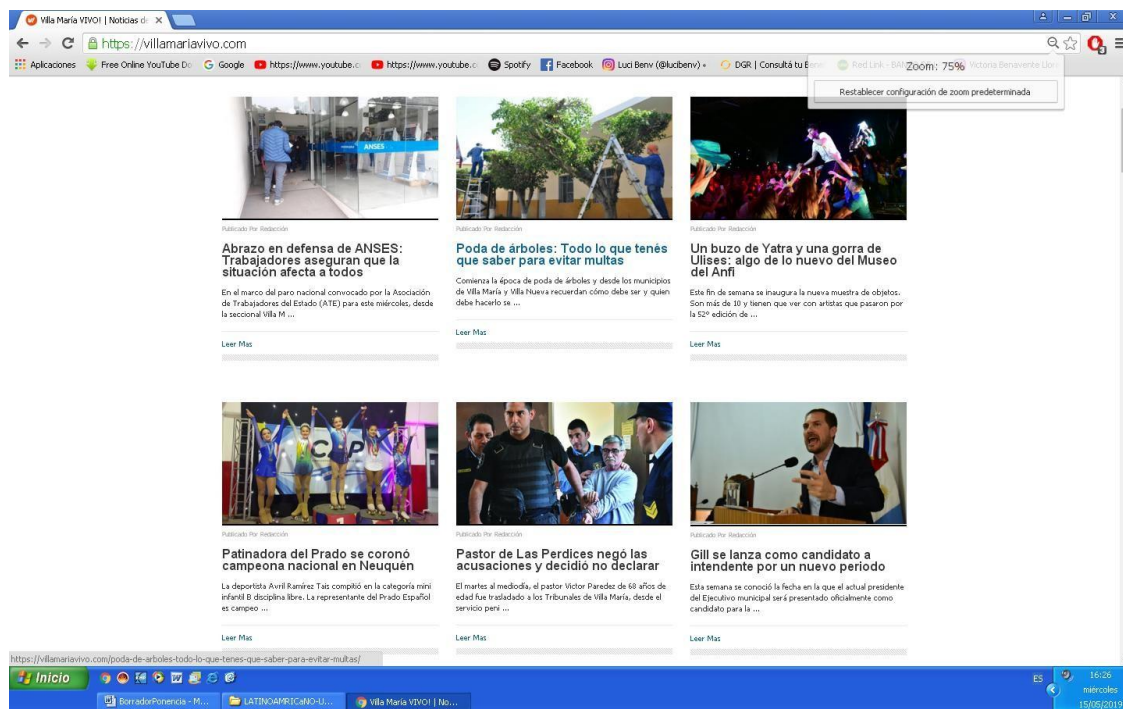
Para Cuesta y Zelcer, “la posibilidad de renovación constante de la información en los diarios digitales “implicaría una fuerte ruptura a nivel temático con los rasgos de género históricamente establecidos, en tanto el diario siempre había tematizado un pasado reciente (el día de ayer)” (1998: 8). Y, como hemos señalado, esta nueva temporalidad aparece como un rasgo prominente del dispositivo de enunciación y la identidad del medio, y se inscribe en sus propios nombres: *ya, vivo, noticias de Villa María al instante*.

Esto también se vincula con las expansiones temáticas: mientras que en el diario en papel hay una versión diaria, en el digital hay una sucesión de versiones que refiere al “ahora”. Las noticias más nuevas van ingresando y se ubican en la parte superior de la disposición vertical, mientras que las viejas van siendo desplazadas hacia abajo. Así, hay una construcción de la actualidad en curso. Esta característica de la enunciación -la de la actualización constante- no se produce en un vacío, sino que tiene como condición de producción el cambio de hábitos de los consumidores de las tecnologías portátiles al que hemos aludido: la “portabilidad” de estos dispositivos garantiza que cada uno pueda disponer de él prácticamente en cualquier momento, a lo largo de la jornada, en los lugares públicos o

privados, y hasta en los trayectos de desplazamiento, que asociamos con una suerte de compulsión a la consulta permanente para “chequear” las novedades en numerosas y sucesivas entradas o “notificaciones” recibidas a lo largo del día.

En *Villa María Ya!* la introducción de novedades es, en efecto, constante: entre las doce noticias más jerarquizadas en la home page puede haber una renovación del 30% en dos horas, durante una mañana. Es decir, es posible visitar el sitio cada cuatro horas y cada vez encontrar nueva información: es en la sección central de la home page donde se presentan encapsuladas en la parte superior las principales doce noticias, que se renuevan constantemente. *Villa María Vivo*, en cambio, exhibe desplegadas en su bloque principal las seis noticias jerarquizadas que se mantendrán a lo largo del día. En cada escena enunciativa, los destinatarios son convocados a realizar diferentes actividades (cuando navegar es hacer...), como podemos observar a continuación.





También el “texto efímero” se muestra de manera diferenciada en ambos medios (Cuesta y Zelcer, 1998). Mientras que en *Villa María Ya!* la noticia encapsulada puede desaparecer rápidamente, dando lugar a nuevas y creando así más de una lista de temas por día, en *Villa María Vivo* la primera jerarquización tiene una estabilidad relativa (que sin embargo no puede compararse con la del papel). El texto digital tiene como soporte la pantalla, pero esta letra es fugitiva. Por lo tanto, el tiempo de existencia del diario electrónico resulta ser entonces el de su lectura: principio aplicable a la lectura de cualquier formato digital, desde e-books a redes sociales.

En relación a la espacialidad estos portales se organizan a partir de un vector de expansión temática vertical, a lo que se le suma la presencia de una barra de menús o una franja de links ubicada a la izquierda. Mientras que la primera genera un efecto de ordenamiento que facilita la navegación hipertextual incluso recuperando categorizaciones de la información que recuerdan a un diario en papel, la segunda facilita el acceso a otros fragmentos ajenos al soporte diario (como publicidades audiovisuales, fragmentos televisivos, remisiones a redes como twitter). En la homepage inicial las pantallas se fragmentan en dos a tres columnas, lo que permite también una jerarquización nítida y ordenada de la información. En un caso, se configura un mundo cambiante y heterogéneo, con una transformación constante de sus unidades informativas, que renuevan la

interpelación urgente a los públicos, mientras que el otro mantiene una presentación de la actualidad ordenada y jerarquizada, estable y disponible a lo largo de una jornada completa.

En ambas homepages se presentan regularidades para el trayecto de lectura de un destinatario asociadas al formato de los diarios, al elegir ambos sitios una categorización de las noticias por secciones, con nominaciones similares a las de la prensa gráfica, generando un efecto de interdiscursividad e interlegibilidad inmediata. En el caso de *Villa María ya!*, las secciones son: Policía, Judiciales, Política, Gremiales, Deportes, Sociedad, Espectáculos, Regionales, Economía, Sociales, Senza Parole, Loterías y Quiniela, Necrológicas. Y en *Villa María vivo!*: Villa María, Policiales, Accidentes, Elecciones 2019, Videos, Otras noticias (donde como links: Villa Nueva, La Región, La provincia, El país, Salud, Tecnología, Sorteos, Contenido patrocinado). Estas etiquetas son consideradas por los lectores como claras y orientadoras, lo suficiente como para recurrir a ellas habitualmente en la búsqueda de la información.

Trayectos de lectura en torno a la hipertextualidad de los sitios digitales

La condición de hipermedio es otro rasgo que han ido explotando cada vez más los dispositivos de enunciación de los diarios digitales, lo que implica también que se habla a nuevos lectores, más acostumbrados a las modalidades de lectura en un contexto de “navegación”. En el caso de los portales analizados, este componente es una constante semiótica, y no un mero complemento aleatorio al discurso informativo: colabora centralmente en la estructuración de la totalidad del sitio y en la disposición de cada una de las noticias que conforman la agenda local.

La digitalización generalizada de todo tipo de producción mediática implica que a la red pueden incorporarse una amplia variedad de materias significantes, que prácticamente cubren todas las formas posibles en que la imagen y el sonido pueden organizarse al ser investidas por diferentes reglas constitutivas. El hipermedio es hoy capaz de absorber televisión, radio, audios o medios gráficos: así, el diario se transformó en “puerta de entrada” a contenidos provenientes de otros medios que parecen incorporarse sin más a la computadora, esto es, en un plurimedio. Los sitios que estudiamos se vuelven aún más radicalmente un plurimedio en la medida en que pueden incluir múltiples fragmentos mediáticos sin definirse ellos mismos en ningún campo específico. En el caso de *Villa María*

Vivo las heterogeneidades son discretas: cada noticia presenta su reseña y la correspondiente imagen, bajo la estética de fotografía realista, que presenta “fragmentos arrancados al mundo”, como en un diario (Verón, 2004). Un mundo no sólo más estable, sino también ordenado a partir de la materia lingüística. Y en zonas aledañas, algunos videos, publicidades, enlaces a twitter. En *Villa María Ya!* la organización es totalmente diferente: como el anterior, incorpora publicidades, pero también otros medios ya desde el inicio (fragmentos audiovisuales como *Uniteve en Vivo*, por ejemplo), buscadores, enlaces a redes. Incorpora asimismo variadas materias significantes a cada noticia: las noticias cuentan con el texto lingüístico, la imagen (clásica y referencial), a lo que se agrega en la totalidad de los casos una multitud de elementos anexos tales como videos (producidos por los periodistas, testigos o lectores, desde sus celulares, en una cantidad significativa de noticias), fotografías periodísticas clásicas, otras de personajes públicos y privados procedentes de sus redes (fotos de intercambios de wasap, de instagram, de facebook, etc) y porciones de audios que aparecen al final de la noticia, para ser activados por el lector como remate en un trayecto que tiene un recorrido más complejo. Es muy interesante reparar en la fuente de estos materiales, que en general evidencian el particular vínculo simétrico de este soporte con sus públicos: provienen de lectores, de instituciones que denuncian, de vecinos que testimonian y relatan, de radios locales o de la región, de protagonistas vecinos que agregan información a la noticia, etc. La “voz” de las audiencias aparece constantemente a través de diferentes testimonios. Este rasgo marca la particular importancia de un plurimedio que recolecta sus materias significantes heterogéneas de un modo se diría, “participativo” y flexible en relación a contenidos producidos por sus audiencias. Cumple así con su promesa de un amplio espacio, participativo, en el que, como auguró Benjamín, se encuentran el “experto” y el hombre común: *No subestimamos a nuestros lectores quienes tienen una capacidad crítica espectacular y que incitamos a desarrollarla para ser cada vez más independientes (Quiénes somos).*

Esta hipermedialidad amplia hace que el efecto llano de transposición del diario a la web, se pierda para dar lugar a una configuración de mayor integración entre las distintas materias. Sin embargo, tal como señalan también estos autores, la organización general sigue regida por el texto verbal escrito: los componentes que pautan alguna temporalidad (audio, imagen móvil) permanecen encapsulados, o constituyen el entorno del enunciado

informativo central complementando así desde otras materias significantes, que se ubican en lugares periféricos y que bien podrían no ser activadas por el lector (que aun así, estará ya suficiente informado: es decir, siguen un “trayecto de lectura” vinculado a una pirámide invertida”).

Ampliación del consumo y gramáticas de reconocimiento

El análisis de los sitios informativos *Villa María Ya!* y *Villa María Vivo* realizado “en producción”, esto es, el estudio de sus estrategias discursivas y de sus características constitutivas en cuanto medios de comunicación mencionadas precedentemente, nos permitió establecer algunos efectos de sentido que pudimos identificar y corroborar luego en la exploración de la instancia de recepción. A través de la técnica cualitativa de grupos de discusión, indagamos en las prácticas de uso y consumo de información que desarrollan distintos habitantes de la ciudad en relación con los medios de comunicación locales⁸. En esa dimensión constatamos que gran parte de estos rasgos propios de las gramáticas de producción de los nuevos sitios digitales son reconocidos, ponderados – pero también criticados- por parte de sus lectores, como veremos a continuación.

La principal diferencia que los usuarios de portales informativos encuentran entre éstos y la versión digital de los diarios impresos villamarienses, se vincula con esa actualización permanente de las noticias en contraposición a cierta obsolescencia atribuida a la edición on line de la prensa gráfica preexistente en la ciudad –los diarios *El Diario del centro del país* y *Puntal*- que se asocia a esa primera fase de transposición isomórfica del papel a la web a la que aluden Cuesta y Zelcer. Así, y aun cuando se advierte una importante permanencia de estos soportes tradicionales como modalidad informativa y una lectura de estos periódicos ampliamente extendida entre los hábitos de la población, los entrevistados señalan como limitación el hecho de que dichos medios “se carguen” en la web una vez al

⁸ Se trata del trabajo empírico correspondiente al proyecto de investigación “Medios de comunicación, identidad local y público: estudios de consumo y recepción en Villa María”, realizado entre 2018 y 2019, en el marco del cual desarrollamos grupos de discusión sobre el consumo de medios de comunicación locales, conformados por personas de diferente sexo, edad. En cuanto a la indagación sobre la prensa digital, la información citada procede de dos focus group constituidos por un total de 7 varones con edades entre los 25 y 50 años de edad, y de 9 mujeres de entre 25 y 70 años, en ambos casos pertenecientes a diferentes estratos del sector socioeconómico medio.

día –ahora más tempranamente, desde que los nuevos medios digitales se han incorporado a la oferta- y permanezcan casi sin alteración en su contenido durante toda la jornada. A esto remiten varias de las expresiones de los miembros del grupo, como se visualiza en este ejemplo: “*Claro, pero vos decís, cuando vos lo ves, lo primero que decís es ¡esto ya lo vi, ya es viejo!*”. En cuanto al formato papel de esos mismos diarios, la diferenciación se funda además en la mayor posibilidad de participación de los lectores que habilita el portal informativo, a través de opiniones y comentarios sobre lo que se publica que van apareciendo al ritmo de la incorporación de noticias y el agregado de datos en la página del sitio digital, en tanto que el diario impreso no puede hacerlo, más allá de que cuente con los típicos espacios de cartas de lectores. Finalmente, la gratuidad de acceso al portal en sí mismo, por ahora no restringida por una obligación de suscripción, es otra ventaja comparativa con respecto al soporte papel.

Por otra parte, la renovación del contenido, la constante actualización y la inmediatez en la comunicación de los acontecimientos – una particularidad antes sólo en poder de la transmisión radiofónica y del directo televisivo- son atributos que todos destacan positivamente de estos nuevos medios. La percepción subjetiva de los entrevistados de sentirse más informados sobre lo que sucede en el entorno próximo (la ciudad, sus habitantes e instituciones) se corresponde con la cantidad de visitas, entradas, consultas a los sitios – sobre todo en el caso de *Villa María Ya!*- que se registran y con las varias ocasiones en que se accede al portal de noticias a lo largo del día. Estas prácticas relevadas están dando cuenta de sustantivas modificaciones en el consumo de material informativo, promovidas por las facilidades de acceso y conectividad a internet que brindan los aparatos celulares de generación smart en manos de un altísimo porcentaje de la población, como indicáramos. De esta manera, ingresando directamente al sitio, o mediante las notificaciones y alertas que se reciben en el dispositivo, o bien a través de las redes sociales Facebook e Instagram, deja de haber horarios fijos y únicos en el día para consultar las noticias. Y esta permanente accesibilidad a los sucesos hace posible distinguir entre aquellos lectores que buscan y contactan con la información “constantemente”, y aquellos que lo hacen varias veces en diferentes momentos de la jornada. Algunas expresiones extraídas de los grupos de discusión realizados ilustran estas apreciaciones:

- *“Está al alcance de un click...”*
- *“Y, ya después dentro de lo mismo te abro otras páginas y apretás esa otra, que es otra noticia que está dentro del... digamos, del formato*
- *“Son como un vicio...”*
- *“Sí, porque vas y te metés cuando terminás de hacer algo... o si estás ocupada, cuando tenés ese ratito libre... o sea, me pongo... te vas enseguida al Google y automáticamente aprieto el Google y me aparecen todas las noticias”*
- *“Antes de venir miré un rato también. Yo llego a casa ahora y vuelvo a mirar. En el día, yo, constantemente...”*
- *“Por la mañana, aproximadamente dos veces entro. Entre dos/tres veces. Y, después, a la tardecita/noche otra vez. Así que por día más o menos cuatro veces”*

Finalmente, la hipertextualidad y la condición de hipermedio que ostentan las páginas informativas estudiadas son también cualidades altamente valoradas por los usuarios de los sitios, ya que no solo amplían el contenido al desplegar, mediante los links imbuidos en el cuerpo de texto, otras materialidades significantes vinculadas al acontecimiento noticiable (imagen, audio, gráficos etc.), sino que direccionan a otros espacios de la propia web, que alojan diversos asuntos y cuestiones, configurando así trayectos de lectura diferenciados según cada lector: *“Y, ya después dentro de lo mismo te abro otras páginas y apretás esa otra, que es otra noticia que está dentro del... digamos, del formato”*.

En cierta forma, la aparición de nuevos soportes portátiles y de contratos de enunciación periodísticos digitales ha generado nuevas modalidades de circulación de la información. Las interfaces crean sus propios lectores, que además resignifican con nuevas funciones a los dispositivos portátiles ya integrados a sus rutinas cotidianas. Si la “navegación” había sido vinculada por los jóvenes a las prácticas lúdicas, aparece ahora para una gran parte de la sociedad como una alternativa válida para el acceso a las noticias, generándose una comunidad que se informa en tiempo real. Estos elementos articulan con una agenda que da prioridad constante a la actualidad de Villa María y la región, reuniendo de forma exitosa la preferencia de los públicos por los asuntos locales con las posibilidades ofrecidas por los dispositivos digitales, y compitiendo así de modo efectivo con los medios

de comunicación tradicionales, a los que no necesita recurrir para fundamentar su legitimidad como una nueva oferta de discurso informativo.

Por otro lado, y como ya anunciamos, el análisis tuvo en cuenta las gramáticas de recepción de los públicos, los que consideran a esta información como seria y veraz, capaz de dar cuenta de modo efectivo de los acontecimientos considerados cada día relevantes en la ciudad, y no como un subproducto en relación al “periodismo blanco” que podría ser consumido en clave de parodia o entretenimiento. Es decir: un “contrato mediático” vincula a estos medios con sus públicos, que les reconocen su capacidad de *decir verdad* y de construcción de la actualidad (Escudero, 1996).

Bibliografía

- Atorresi, A. (1996) *Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística*. Buenos Aires: Red Federal de Formación Docente Continua, Ministerio de Cultura y Educación de La Nación.
- Cuesta, A. y Zelcer, M. (1998) “El diario en la pantalla. La transposición de los periódicos a Internet”. Actas de las IV Jornadas de Investigadores de la Cultura, UBA.
- Cuesta, A. y Zelcer, M. (2002) “Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos”. Actas de las VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, UNC, Córdoba.
- Cuesta, A. y Zelcer, M. (2003) “Modos de organización de la memoria en los medios digitales: el caso de los diarios electrónicos”. Actas de las VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, General Roca, Río Negro.
- Escudero, L. (1996) *Malvinas, el gran relato*. Barcelona: Gedisa.
- Justo von Lurzer, C. (2017) “Esto le puede servir a alguien”. *Estudos em Comunicação*, N° 25, Vol 1. Brasil.
- Martínez, F. y Sgammini, M. (2016) “Prácticas de consumo de prensa y uso de TICs en Villa María”. En Saintout, F. (comp.) *Públicos. Aproximaciones empíricas desde la Comunicación en Argentina*. La Plata: EDULP.
- Martínez, F. y Sgammini, M. (comps.) (2019). *Medios de comunicación, agendas e identidad local. Estudio de casos en Villa María*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Verón, E. (1987) *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.

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