

**EL COMENTARIO DIGITAL COMO GÉNERO DISCURSIVO
PERIODÍSTICO. ANÁLISIS DE LA GACETA DE TUCUMÁN [¹]**

**THE DIGITAL COMMENT AS JOURNALISTIC DISCURSIVE GENRE.
ANALYSIS OF THE GACETA TUCUMÁN**

Julio César Sal Paz

CONICET - Universidad Nacional de Tucumán

Recibido: 19/01/2016 - **Aceptado:** 4/02/2016

Formato de citación: Sal Paz, J.C. (2016). “El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de La Gaceta de Tucumán”. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 158-216, <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/salpaz1.pdf>

Resumen

Las transformaciones que las TIC ejercen sobre el periodismo y sus condiciones de producción y recepción han despertado, a lo largo del tiempo, el interés de la comunidad científica. En este contexto, una de las consecuencias de la aplicación de las tecnologías digitales al ámbito periodístico es el surgimiento de nuevos géneros discursivos de participación ciudadana, de nuevos modos de comunicación e interacción social. El objetivo de este artículo es caracterizar, desde los estudios del discurso, el comentario digital, género periodístico de participación ciudadana presente en el ciberespacio y representante de la lógica comunicativa y conversacional de los nuevos medios.

Palabras clave

Géneros discursivos, comentario digital, ciberperiodismo, participación ciudadana.

^¹ Las reflexiones conceptuales que aquí exponemos fueron desarrolladas en el marco del Proyecto PICT 2012 - Nº 0773 “Representaciones sociales sobre tópicos polémicos en comentarios de lectores. Estudio de caso en periódicos digitales de la provincia de Tucumán”, subsidiado por el Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica (FONCyT - Argentina).

Abstract

The transformations that information and communication technologies (ICT) exert on journalism and their conditions of production and reception has attracted great interest in the scientific community over the years. In this context, one of the consequences of the application of digital technologies to the field of journalism is the emergence of new discursive genres civic participation, of new modes of communication and social interaction. The aim of this paper is to characterize, from the theoretical perspective of the discourse studies, the digital comment, journalistic genre of civic participation present in cyberspace, and communicational and conversational logic representative of the new media.

Keywords

Discourse genres, digital comment, cyber-journalism, civic participation.

1. INTRODUCCIÓN

La incorporación de Internet y la de sus diferentes herramientas a distintas esferas de la praxis social tiene como correlato el surgimiento de nuevos géneros discursivos que se convierten en verdaderos sistemas de organización del comportamiento comunicativo. En especial, porque estos evidencian la forma en que los grupos y las comunidades definen y resignifican las actividades sociales –en términos discursivos–, a través de diversas estrategias, pautando tanto sus acciones, como sus modos de representación e identificación.

En efecto, los parámetros situacionales y los soportes materiales de transmisión modifican y condicionan, necesariamente, la actividad discursiva. En este sentido, la comunicación en el entorno digital, o ciberespacio, presenta características constitutivas que la diferencian ampliamente de la que se establece en otros soportes.

Es decir, el paulatino desarrollo de las TIC ha estimulado la proliferación de una gran variedad de contextos inéditos de interacción cuya observación y análisis no resultan

ajenos a los intereses de las ciencias sociales. En el campo de la lingüística, en general, y en el de los estudios del discurso, en particular, el fenómeno concierne, de manera fundamental, puesto que el advenimiento de estos novedosos escenarios comunicativos implica, necesariamente, el nacimiento de nuevos géneros discursivos. En este punto, coincidimos con Bajtín (1982) cuando asegura que a cada situación de interacción le corresponde un modelo estable de textos que se instaura como género discursivo particular.

Al respecto, postulamos una definición propia de esta noción que juzgamos operativa para nuestra investigación. Así, lo caracterizamos como toda forma discursiva estandarizada, definida histórica y culturalmente en los límites de comunidades particulares, que se concreta por el uso en situaciones análogas de interacción y se aplica con evidente recurrencia a partir del empleo (intencional o intuitivo) de un repertorio variable de estrategias comunicativas y de la apelación constante a un conjunto de competencias (de producción y reconocimiento), adquiridas y desplegadas por enunciadores y enunciatarios en ese marco sociocultural en el que circulan discursos dominantes y de resistencia canalizadores de representaciones sociales.

Por su parte, percibimos los estudios del discurso como un ámbito interdisciplinar (Haidar, 2000) y transdisciplinar (Van Dijk, 1985) interesado en la comunicación y en el lenguaje empleado en contextos diversos, por lo que nos habilita a retomar definiciones, elaboradas en distintos campos del conocimiento (sociolingüística, pragmática, etnografía de la comunicación, cibercultura, semiótica, estudios culturales, etc.), de las que nos apropiamos para dar cuenta de las prácticas discursivas digitales, puntualmente, las de la esfera periodística, en lo que podríamos denominar, siguiendo a Mancera Rueda y Pano Alamán (2014), “Análisis del Discurso Mediado por Ordenador” [²], o “Análisis del Discurso Digital”, en términos de Vela Delfa y Cantamutto (2015), enfoque teórico-metodológico eminentemente cualitativo.

En la actualidad, el derrotero de los estudios del discurso ha ampliado considerablemente su campo de interés, a la vez que ha reforzado su carácter inter, multi

² El ADMO es el “acercamiento a la comunicación en la Red y a través de móvil desde la metodología del Análisis del discurso” (Pano Alamán y Moya Muñoz, 2015: 117), es decir, “acercamiento a la comunicación en la Red con el fin de analizar las propiedades lingüísticas y pragmáticas de las prácticas discursivas que se producen en los entornos de CMO” (Pano Alamán, 2016: 2).

y transdisciplinario. En este escenario, como lo explica González Reyna (2013), diversas modalidades de análisis del discurso se han insertado con ímpetu en los múltiples procesos comunicativos de la sociedad contemporánea, con el propósito de propiciar, a través de la reflexión teórica y la aplicación metodológica correspondiente, un mayor entendimiento de las prácticas sociales y discursivas.

Ahora bien, al presente, los diversos “géneros discursivos digitales”, que fueron surgiendo a lo largo de la breve historia de la red, no han experimentado la misma suerte. Algunos han evolucionado y se han estabilizado hasta convertirse en medios de comunicación primordiales para la mayoría de los individuos que utiliza internet; otros, por el contrario, han perdido efectividad en favor de unos nuevos que han florecido, en forma paralela, a los avances tecnológicos. En palabras de Tabachnik (2008a):

“La estructura básicamente dialógica y polifónica de la conversación virtual asimila y reelabora las formas genéricas simples o complejas provenientes de diversas esferas de la experiencia y de la vida social. En este proceso general de dialogización que combina tendencias de condensación, fusión, hibridación, estilización, etc., los diversos formatos resultan remodelados engendrando a su vez figuras genéricas embrionarias, inacabadas” (2008a: 705).

Si bien cada uno de ellos presenta especificidades y características constitutivas que son el resultado de particulares condiciones de enunciación, en conjunto, manifiestan ciertas propiedades comunes, otorgadas por el soporte, que nos permiten postular la existencia de unos parámetros discursivos estables, los cuales sirven para puntualizar una categoría inherente a la que nos referiremos como “discurso electrónico o digital” [3].

Por tanto, juzgamos que estas modalidades textuales deben concebirse como géneros independientes, inscriptos en una dimensión mayor, representada por el discurso electrónico, digital o ciberdiscurso, de la cual forman parte diversas prácticas

³ En consonancia con Vela Delfa y Cantamutto (2015) conceptualizamos el discurso digital como “aquel producido en entornos de mediación tecnológica, principalmente a través de internet, que suele desarrollarse en plataformas que permiten los intercambios y que delimitan, de algún modo, las posibilidades y potencialidades comunicativas del usuario” (2015: 135).

discursivas (como la del periodismo) desarrolladas en el soporte telemático y emparentadas, en algunos casos, con otros géneros no digitales propios de una tradición discursiva.

En consecuencia, sostenemos que todo texto pertenece a un género y todo género se inscribe en un discurso. Así, el texto participa de las propiedades constituyentes del género y este de las constantes determinantes del discurso que lo incluye.

Este trabajo se inscribe, entonces, en el contexto de expansión de nuevos medios y formatos textuales. Tiene como objetivo la delimitación y caracterización del “comentario digital”, quizás, una de las herramientas comunicativas más representativa del universo virtual, puesto que se trata de un género interactivo prototípico del ciberespacio, que se distingue, fundamentalmente, por su carácter multidireccional, abierto, colaborativo y participativo (Sal Paz, 2013), producido e interpretado por usuarios en el ámbito de prácticas discursivas y comunidades particulares [⁴].

Partimos de la premisa que Internet y sus herramientas digitales de comunicación sincrónica, asincrónica, masiva e interpersonal, ha trasmutado las formas de interacción social. En ese sentido, los cibermedios [⁵] brindan espacios de participación ciudadana, imbrincados en sus secciones informativas, en el que se visibilizan interacciones virtuales que ostentan singulares peculiaridades, diferentes a las propiciadas por los periódicos de la galaxia Gutemberg.

Estos motivos son los que han originado que las reflexiones y experimentaciones en torno a la interactividad hayan gestado un sub-campo de estudio que trasladó sus

⁴ Definimos el término *comunidad* como un “constructo sociocognitivo, artefacto cultural –regulado por pautas y normas convenidas, que generan derechos y obligaciones– conformado por un número variable de sujetos que interactúan –sin necesidad de copresencia física– de forma sistemática (acordando o discrepando), a través del empleo recurrente de géneros discursivos diversos -producidos en diferentes modos y soportes, por medio del uso intencional o intuitivo de estrategias de interacción-, y en cuyo seno se adquieren y desarrollan competencias, se asumen roles y papeles comunicativos, se instauran y consolidan lazos vinculares de algún tipo y se vehiculan representaciones sociales” (Sal Paz y Maldonado, 2013: 136).

⁵ En el marco de este estudio, entendemos un cibermedio como el resultado de un proceso generado desde un productor-emisor de contenidos y servicios informativos, mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de las plataformas digitales y a las potencialidades por ellas incorporadas, como el uso integrado de diferentes sistemas expresivos (escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia), hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiar papeles con el emisor (Cebrián Herreros, 2009: 16).

interrogantes del ámbito de la interacción a la esfera más concreta de la participación (Raimondo Anselmino, 2012: 241).

De este modo, a partir del análisis de un corpus de comentarios registrados por lectores miembros de la comunidad virtual del diario *La Gaceta*, medio de comunicación de doble naturaleza, impresa y digital, y de referencia dominante en el contexto del noroeste argentino, intentamos definir e identificar los rasgos medulares y concomitantes del género, al tiempo que procuramos reconocer relaciones de proximidad con otros formatos textuales del ciberespacio y ajenos a él.

Sin embargo, debemos aclarar que los resultados de esta investigación no pretenden generalizar las propiedades compositivas de los comentarios digitales, ni extrapolarlas a todos los cibermedios en lengua española –tradicionales en línea o nativos, de circulación nacional o regional, generalistas o especializados–, sino ofrecer, sobre la base de un estudio de caso, tendencias que consideramos representativas.

2. EL COMENTARIO DIGITAL COMO CIBERGÉNERO PERIODÍSTICO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El *Diccionario de la Real Academia Española*, en su vigésima tercera edición (2014), disponible para su consulta en línea, define el término “comentario” del siguiente modo:

“Del lat. *commentarium*. 1. m. Explicación de un texto para su mejor intelección. / 2. m. Juicio, parecer, mención o consideración que se hace, oralmente o por escrito, acerca de alguien o algo. / 3. m. murmuración. / 4. m. Ling. rema. // Sin comentarios. 1. expr. U., como cierre abrupto, para zanjar la cuestión de que se está hablando. / 2. loc. adv. sin más comentarios. // Sin más comentarios. 1. loc. adv. Sin decir ni explicar nada más” (DRAE, 2014).

Como puede apreciarse, el *DRAE* no tiene incorporada para esta entrada una acepción ligada a la interacción en los entornos virtuales, a pesar de haber sido reformulada por la

Academia en tiempos en los que el comentario digital ya se había afianzado como género de una práctica discursiva consolidada en el ciberespacio. No obstante, como intentaremos demostrar, muchos rasgos semánticos de estas especificaciones se patentizan en las intervenciones de los usuarios que configuran un nuevo género de discurso.

En efecto, el comentario de lector (o comentario digital) es un género dialógico –en el sentido de que los roles de emisor y de receptor resultan en su interior perfectamente intercambiables y de que remite a discursos previos–, producido en el ámbito de los nuevos medios. Su naturaleza es eminentemente interactiva y polifónica, puesto que constituye un género construido a medio camino entre lo social y lo individual. Este dialogismo se evidencia, entonces, en la relación que establece con los discursos precedentes y en el carácter direccional de sus enunciados, que se orientan a una comunidad concreta y que procuran obtener una respuesta comprensiva por parte de sus miembros.

Así, este género se sitúa a lo largo de un *continuum* de formas de interacción, que alcanza tanto a la conversación como a la discusión, el debate o la disputa. Si bien los comentarios esgrimidos en los cibermedios favorecen una proximidad comunicativa similar a la de la conversación prototípica cara a cara, como sugiere (Pano Alamán, 2014), a diferencia de la conversación informal, persigue una finalidad que trasciende la mera relación social, ya que su meta es la manifestación explícita de los contenidos y opiniones que se intercambian.

La organización informativa que asume refleja esta fisonomía conversacional, pues estructura el mensaje en función de las interacciones previas, pero toma distancia del texto fuente, incluso tipográficamente, al aparecer con grafía diferenciada y de cuerpo menor, como ocurre, por ejemplo, con paratextos como la nota a pie de cualquier texto escrito. Este motivo podría llevarnos a concebir el género como una glosa de la pieza periodística a la que acompaña. Sin embargo, posee estatus propio puesto que, en ocasiones, añade nuevas problemáticas y puntos de vista a la reflexión introducida en el artículo periodístico.

El comentario es, por una parte, la respuesta a una noticia, ya que obra como la exteriorización que efectúa el cibernauta de una actitud y un posicionamiento crítico sobre la narración de un acontecimiento realizada por un medio de prensa [6]. En este sentido, el texto periodístico es el estímulo y el comentario, su réplica. Pero, por otra parte, no es menos cierto que la argumentación se forja con opinión. Por eso, en infinidad de casos, este formato textual no solo responde a una nota del cibermedio sino también a enunciados formalizados por un par.

Es un género breve cuya estructura responde a la de un turno de habla o intervención espontánea e informal. Su recepción es mediata, puesto que el coenunciador está ausente durante la producción discursiva.

Al respecto, siguiendo a Cervera Rodríguez (2001), señalaremos como uno de sus aspectos característicos “la no existencia de turnos de habla”, puesto que la participación de los lectores puede producirse de manera simultánea y sucesiva. Empero, el usuario consigue visualizar las intervenciones en la pantalla de un modo secuencial y organizado. Las formas de divisar los comentarios –que son idénticas a las que se explotan en los foros– pueden ser de dos tipos: “llana” –todas las respuestas se ordenan con criterio cronológico inverso– o “anidada” –cada comentario se vincula al mensaje original o a alguna de las contestaciones subsiguientes, conformando una especie de árbol genealógico del debate. Dicho de otro modo, en el primer caso, la interfaz del sitio impide contestar directamente a otro participante mediante la opción “responder” [7]. Con todo, el internauta que desea hacerlo puede incluir en el cuerpo de su réplica el *nickname* [8], si lo tuviera, o el número del texto producido por quien pretende convertir como su enunciador explícito.

De esta manera, el comentario siempre va orientado a alguien. El forista en su alocución se posiciona con respecto al discurso anterior, al tiempo que selecciona a su destinatario

⁶ Resulta interesante recordar la clasificación de “tipos de participación del usuario en un cibermedio”, efectuada por Martínez Rodríguez (2005), quien taxonomiza las contribuciones de los lectores, a partir de la variable temporal: participación anterior a la elaboración de contenidos informativos; coproducción paralela y conjunta del material periodístico; intervención posterior o colaboración añadida, que admite aportes de los internautas solo como complemento del discurso original, cuya información no puede ser alterada. El comentario como género responde a esta última opción.

⁷ Pano (2008) sugiere que esta restricción opera para favorecer el desarrollo público de la discusión.

⁸ Anglicismo que equivale a mote, alias o apodo y que se emplea en informática para identificar a un usuario que accede a internet.

mediante el asunto que aborda y las posturas que asume, las que, por supuesto, se encuentran siempre condicionadas por su actitud, valoración e ideología.

Ahora bien, invariablemente es una respuesta a voces previas. Debido a que el lenguaje y el contexto son recíprocamente constitutivos, el comentario digital construye los significados y la relación entre los interlocutores de un modo dinámico. Las voces de la sociedad y la palabra individual del sujeto que enuncia se entrelazan conjuntamente en un entramado rico en matices desde el que pueden oírse al unísono al locutor, a la fuente, a los distintos destinatarios y al alocutor. En otros términos, el discurso precedente se toma como objeto de crítica, de parodia, de rectificación, como referente, como instancia de identificación, etc.

Los interlocutores implicados en su transmisión entablan un tipo de relación simétrica, debido a que se trata de una comunicación entre pares, entre miembros de una misma comunidad. En líneas generales, no es un discurso anónimo [⁹], puesto que detrás del seudónimo virtual, así como de una *pic* [¹⁰] o de un *avatar* [¹¹], que configuran la identidad en el ciberespacio, se esconde un autor empírico que se responsabiliza de su enunciación, desde el momento en que ingresa a la comunidad de usuarios del periódico en calidad de lector registrado. En efecto, como señala Tabachnik (2008b):

“El pacto lúdico, que contempla el uso legítimo de la seudonimia, tiene sensibles efectos a nivel de la 'condición de sinceridad de los actos de habla' (Searle, 1986), pero en razón de las operaciones admitidas de ficcionalización este 'infortunio' no implica de por sí –aunque pueda dar lugar a ello– un

^⁹ Acordamos con Tabachnik (2008b: 32) en que este vacío que deja libre el nombre propio “suele ser ocupado por otras voces, 'personajes' con diferentes grados de estabilidad y consistencia ficcional, cuya proximidad o distancia respecto del sujeto que los pone en la escena del discurso resulta indiscernible para los otros participantes”. Por su parte, como explica Vela Delfa (2014: 12) “[...] el cuidado con que el usuario construye su *nick* genera un horizonte de expectativas en sus coenunciadores”. Este proceso inferencial se encuentra, por supuesto, condicionado por factores contextuales de la comunidad virtual de la que se trate.

^{¹⁰} Acortamiento de la expresión inglesa *picture*. Fotografía o retrato que suele usar un cibernetista como presentación en el marco de los intercambios comunicativos virtuales.

^{¹¹} En Internet, y en otras tecnologías de la información y de la comunicación, se utiliza esta denominación para hacer referencia a la representación gráfica –fotografía, ícono o dibujo–, que selecciona un usuario para identificarse como miembro de una comunidad y presentarse en la interacción con sus pares.

salvaconducto para la mentira, el engaño, la impostura o el fraude” (2008b: 33).

Sin embargo, este atributo no supone una libertad de expresión absoluta, pues, por lo general, el comentario está condicionado a la aprobación de un moderador. Así, el papel fundamental de quien arbitra un espacio digital de opinión reside en propiciar la participación activa de los usuarios y garantizar un clima de respeto en la interacción. Para ello, apela a marcos preestablecidos –reglas de etiqueta y cortesía que los lectores deben conocer y aceptar si deciden intervenir en este tipo de experiencia de entorno virtual; esto es, el moderador regula los códigos de comportamiento, supervisa su cumplimiento, autoriza las subscripciones y resguarda, confidencialmente, los datos personales de los participantes.

En las plataformas digitales pueden hallarse tres tipos de moderación que no necesariamente se excluyen, sino que, por el contrario, se complementan. La primera opción, denominada “automática”, supone el empleo de las TIC para el control de la información generada por los usuarios. Su eficacia es limitada, pues los recursos técnicos no son infalibles al momento de detectar trasgresiones al reglamento. En este sentido, Ruiz, Masip, Micó, Díaz Noci y Domingo (2010), advierten que las descalificaciones dirigidas al autor del texto periodístico, hacia algún actor social del hecho noticioso o hacia otros miembros de la comunidad, suelen enunciarse no a través del insulto llano y directo, sino mediante artilugios de la lengua, apelando a la combinación de diversas construcciones semánticas que precisamente no se valen ni de términos considerados indebidos ni de lenguaje soez y que, por consiguiente, son capaces de eludir la vigilancia de los instrumentos tecnológicos.

La segunda alternativa, conocida como “manual”, es la desarrollada por periodistas del medio o por sujetos contratados para tal fin (el servicio de moderación, en ocasiones, se encuentra tercerizado), quienes regulan los espacios de discusión y efectúan la gestión de los mecanismos de control, antes “pre-moderación” o después “post-moderación» de ser publicado el comentario.

En efecto, la pre-moderación implica que el usuario puede visualizar su intervención siempre y cuando su contribución haya sorteado, previamente, el tamiz de supervisión, caso contrario, es censurada. Este mecanismo de revisión es catalogado por los cibermedios como efectivo y seguro, pero la dificultad de su implementación en los sitios de noticia con un tráfico elevado de participación radica en que su contracara es atentar contra la inmediatez, valor ampliamente apreciado por los miembros de una comunidad virtual de este tipo. Esto ocurre debido a que existe un lapso prolongado de tiempo entre el posteo de un contenido y su aprobación o rechazo.

Por su parte, la post-moderación consiste en publicar el comentario de forma automática, inmediatamente después de haber sido formalizado por el lector registrado. Si bien esta posibilidad suscita mayor beneplácito a los usuarios, plantea a los recursos humanos encargados de la moderación el desafío de examinar las intervenciones de los participantes de la conversación en el menor tiempo posible, para evitar que contenidos inapropiados permanezcan visibles en el sitio durante un período de exposición prolongado, con los riesgos que esto conlleva.

Finalmente, algunos periódicos digitales cuentan con la «colaboración del usuario» en las tareas de moderación, desarrolladas a través de dispositivos que le otorgan poder de control, tales como juzgar positiva o negativamente un comentario, de modo similar al funcionamiento de la opción “me gusta” de la red social *Facebook*. Así, cuando el número de clic negativos asciende a una cantidad predeterminada, el enunciado observado se oculta. Además, otra alternativa es la de proponer al lector denunciar, por medio de un enlace, las contribuciones que estime inadecuadas o que incumplan alguna norma de convivencia de la comunidad.

Ahora bien, respecto de este último tipo de moderación Ruiz, Masip, Micó, Díaz Noci y Domingo (2010), luego de un estudio de caso, opinan que no resulta conveniente depositar en los usuarios el mecanismo de eliminación de comentarios, pues han podido constatar que, en ocasiones, rigen criterios ideológicos para imponer su rechazo y no el desapego a algún principio editorial. Por este motivo, sostienen que conceder el poder de censura a los lectores implica dejar en manos del punto de vista mayoritario la posibilidad de silenciar a las minorías, con lo que se reduce el pluralismo en el diálogo.

En la actualidad, de entre las opciones reseñadas se impone la post-moderación, es decir, los comentarios se publican en forma automática en el sitio, luego de pasar un proceso de filtración, desarrollado por mecanismos de gestión de contenidos que taxonomizan las intervenciones de los lectores en tres grupos: publicadas, eliminadas y de dudosa condición; estas últimas interacciones y las sindicadas por los lectores como inapropiadas son, posteriormente, examinadas por moderadores humanos que determinan si merecen o no conformar la conversación (López-González y Guerrero-Solé, 2014; Moya Muñoz, 2015).

Consecuentemente, en los comentarios digitales, no todas las intenciones de los hablantes pueden vehicularse de modo explícito, sino solo aquellas que se ajustan a las normas estipuladas en el reglamento de la comunidad de un periódico.

Al respecto, Tabachnik (2008b: 29) afirma que los mismos especifican expresamente las formas legítimas de participación: “enunciados como textos prescriptivos bajo el formato genérico del contrato, constituyen un breve listado de interdicciones sobre aquello que no puede ni debe pasar por la escritura conversacional”. En ellos se incluyen las *nettiquette* [¹²]. Laborda Gil (2004) establece que estas buenas maneras o *netiquette* están ligadas a tres factores básicos de la comunicación en la red: «lengua» (corrección y pulcritud en la expresión, que implican el dominio del género discursivo, del registro y de las convenciones gráficas), “civismo” (ética lingüística, que abarca principios de cortesía y de respeto por el tono y por el contenido de las intervenciones) y “juridicidad” (obligaciones legales que codifican el uso de los recursos telemáticos y las actividades de información y publicación).

Es decir, la autonomía de opinión no debe entenderse como licencia para ofender. De ahí que las instituciones periodísticas eviten la publicación de comentarios que no aporten nada sustancial a la discusión y que poco tienen que ver con el desempeño público de los sujetos.

¹² Contracción de las palabras inglesas *network* y *etiquette* (buenas maneras en la red), conjunto de reglas de cortesía y normas de conducta que rigen el funcionamiento discursivo de una comunidad en línea.

En general, como sostienen Ruiz, Masip, Micó, Díaz-Noci y Domingo (2010), los reglamentos de los espacios de participación que regulan la llamada conversación 2.0 [13] asumen criterios básicos de moderación, inclinados a garantizar el cumplimiento de principios y valores democráticos. En ellos consta expresamente la prohibición a emplear en los intercambios contenidos racistas, xenófobos, discriminatorios, pornográficos, de exaltación a la violencia o que atenten contra los derechos humanos, entre otras. Por estos motivos, los periódicos digitales incluyen entre sus normas de uso un apartado informativo que el lector debe aceptar para formalizar su registro y garantizar su ingreso a la comunidad en calidad de miembro.

El problema, por tanto, no radica en la ausencia de estos preceptos, sino en la frecuencia con que son vulnerados por los usuarios. A pesar de ello, los cibermedios se eximen, en forma explícita, de toda responsabilidad sobre las opiniones vertidas por los lectores en las notas periodísticas abiertas a comentarios. Noblia (2015) se refiere a este asunto en los siguientes términos:

“Ese ‘dejar decir’ del medio no se corresponde con la promesa de un diálogo que incorporaba la voz del lector ni supone la construcción de un espacio de debate y de construcción colectiva, sino la posibilidad de catarsis, de descarga y violencia, de la que el periódico no se hace cargo, pero permite. En este juego destructivo el diario no está ajeno. Sin embargo, el riesgo institucional parecería neutralizarse en la medida en que esas voces se producen en un espacio del diario que no ha logrado articular un intercambio productivo en términos comunicativos pero que, no obstante, resulta ser un capital fundamental en términos económicos” (2015: 46).

Sobre este punto la bibliografía crítica disponible manifiesta acuerdo. Así, por ejemplo, Díaz Pérez (2012), en su investigación doctoral, expone que en los medios virtuales la recurrencia al disfemismo y la descortesía es estratégica y se relaciona con una finalidad

¹³ Los mencionados autores definen esta unidad terminológica del siguiente modo: “diálogo social que hace posible la tecnología y las herramientas de la Web 2.0. –a través de diversos canales de participación que los cibermedios y otros sitios webs ponen a disposición de la audiencia–, que convierte al público en lectores y (co)autores de una audiencia activa o participativa” (2010: 3).

destructiva del lenguaje, característica de las sociedades contemporáneas, idea que comparten Fuentes Rodríguez y Alcaide Lara (2008). En la misma línea, se inscriben los trabajos sobre foros de opinión en periódicos digitales de Mancera Rueda (2009) para casos españoles, los de Dandrea (2009, 2010 y 2012), Noblía (2015) y Pardo Gil y Noblía (2015) para cibermedios argentinos, los de López Ireta y González Arias (2013) y Montecino Soto y Arancibia Aguilera (2015), enfocados desde la teoría de la valoración, para el contexto chileno (2013), el de Acebedo Restrepo (2013) para graficar la situación colombiana y el de Frankenberg (2015) para explicitar el estado de la cuestión de lo que denomina “democracia deliberativa en el periodismo digital mexicano”.

No obstante, es innegable que el casi absoluto anonimato que presenta esta clase textual reduce en el enunciador el autocontrol sobre la propia palabra, a diferencia de otros géneros interactivos de la prensa (como las clásicas cartas de lectores), en los que podríamos suponer una argumentación más cuidada y meditada. Este alto grado de libertad para opinar o, incluso, para el exabrupto, que se observa en las intervenciones de algunos lectores, nos permitiría inferir una actitud de enunciación más espontánea, por lo cual presuponemos que los comentarios digitales se constituyen en terreno fértil para acceder de modo más directo al conjunto de representaciones sobre tópicos polémicos que circulan y se reproducen en las comunidades que albergan los diarios electrónicos. Sin embargo, creemos que los agravios como argumentos encubren carencia o debilidad de razonamiento, pues una tesis sólida no necesita recurrir a difamaciones, provocaciones, insultos, construcciones estereotipadas o prejuiciosas, erigidas sobre generalizaciones doxáticas no razonadas que imponen tabúes, censuras e ideologemas dominantes o emergentes.

En consecuencia, la distancia entre las pautas reglamentarias de los cibermedios y su comprobable incapacidad para hacerlas cumplir, manifiesta que la activación de los canales de participación responde a criterios empresariales para fidelizar las audiencias, más que a un genuino interés editorial de ofrecer mecanismos para propiciar un debate democrático, basado en la exposición argumental y en el respeto por las diferencias.

Del mismo modo, resulta imprescindible que el cibernauta enunciador ostente un dominio elemental del tópico del discurso para impedir que su contribución viole la máxima de relevancia. En ocasiones, esta desviación temática asume un carácter intencional, pues como explica Fenoll (2014), existe en estos espacios de participación un tipo de usuario (el trol), cuyo objetivo es interrumpir el diálogo racional. Cuando esto no ocurre, los mismos miembros de la comunidad se encargan de sancionar esta transgresión. Con todo, los mensajes *spam* –de tipo publicitario, principalmente– conforman el paisaje habitual de los entornos virtuales destinados al debate, a pesar de que la normativa exige ajustarse al tópico de discusión y evitar la duplicación de una intervención.

Por lo expuesto, el comentario es un género que requiere cierto grado de formalidad, tanto en lo relativo a los mecanismos de transición de la palabra, como en lo concerniente a las formas elegidas para construir los enunciados y al tratamiento del tema.

No obstante, debe reconocerse que esta clase textual es enunciada en un escenario espacio temporal definido y limitado, donde el canal de transmisión es la escritura, aunque muchos de sus rasgos la vinculan con la situación de oralidad (Sal Paz, 2007). Esto es, el comentarista, por lo general, adopta para la construcción de sus enunciados un registro híbrido que podríamos denominar “escrito informal” (Tannen, 1982), “hablado escrito” (Oesterreicher, 1996) o “coloquial escrito” (Briz Gómez, 1996). Para subrayar esta particularidad que comparten los géneros digitales se han propuesto numerosas etiquetas, entre las que pueden citarse la de “written conversation” de Rheingold (1996), la de “texto escrito oralizado” de Yus Ramos (2001), la de “escritura ideofonématica” de Torres y Vilatarsana (2003), la de “lengua oral tecleada” de Laborda Gil (2004), “escritura hablada conversada a distancia coloquial y cibernética” Briz Gómez (2014), entre otras.

En este sentido, acordamos con Giammatteo y Albano (2009) en que el ciberlenguaje propio de los géneros digitales interactivos es:

“un campo en constante ebullición, donde cualquier modificación es posible, nada es lo que parece y todo puede llegar a transformarse: la ortografía resulta sumamente variable; ha sido despojada de su función normalizadora y puesta al servicio de la expresividad de los usuarios; la palabra se vuelve una unidad más flexible y difusa, cuyos límites pueden ser moldeados según los casos y las necesidades comunicativas; el concepto de clase de palabra –sustantivo, verbo, adjetivo, etc.– tanto en relación con los requisitos de combinación internos (bases + afijos) como externos o construccionales se vuelve más permeable y permisivo; mientras el núcleo sintáctico permanece inflexible garantizando la inteligibilidad de la lengua, surgen palabras y construcciones que se abren a nuevos significados y valores metafóricos” (2009: 15).

En consecuencia, los patrones constantes del lenguaje del comentario digital son, precisamente, la emotividad, la subjetivización y la inestabilidad, que sobre una estructura firme (la sintaxis) consienten la innovación y el cambio continuo.

La brevedad y condensación son, quizás, sus rasgos esenciales incuestionables, mientras que la claridad, el tono coloquial, la fuerza, originalidad e ingenio son algunos de sus atributos generales o concomitantes. Sin embargo, en ocasiones, caen en verborreas poco significantes, en inexactitudes y vaguedades de la expresión y en imprecisiones en la estructuración de las frases.

El laconismo no solo alega razones vinculadas a las limitaciones impuestas por el canal tecnológico –que a menudo pauta el número de caracteres que pueden utilizarse en determinadas aplicaciones–, sino que también se relaciona directamente con la necesidad de abordar un único tema en cada intervención (de ahí que, en general, pueda percibirse una macroestructura única en su interior, por lo que, formalmente, no presenta divisiones entre párrafos). Por eso, con frecuencia, el usuario enunciador envía dos comentarios consecutivos al sitio del periódico para distinguir, en cada uno de ellos, asuntos e interlocutores explícitos.

En cuanto a la estructura global, o dicho de otro modo, las partes constitutivas del género con funciones específicas, seguimos a Alcaraz Varó (2000: 135) quien las divide en “primaria” –integrada por las secciones– y “secundaria” –formada por los movimientos que componen cada uno de los elementos anteriores-. Desde esta perspectiva, el comentario posee una estructura interactiva que consta de tres momentos funcionales, organización tríadica propuesta por Bolívar (1994: 276) para el análisis de los textos conversacionales: una introducción, un cuerpo principal del mensaje y un cierre. Ahora bien, en cada una de estas macrosecuencias se despliegan movimientos esquemáticos, segmentos textuales compuestos de rasgos lingüísticos por medio de los cuales se logra el propósito comunicativo del texto. Su extensión es variable, desde unas pocas palabras hasta un conjunto de oraciones. Por eso, la identificación de los límites entre cada una de estas unidades se logra apelando a criterios de contenido proposicional, intención comunicativa y marcadores discursivos, tales como expresiones preparatorias, palabras explícitas, performativos clásicos, conectores, marcadores de cierre, etc.

A continuación, presentamos los movimientos que hemos identificado en el interior del género comentario, no sin antes aclarar que no todos los elementos reconocidos son obligatorios y que el orden de aparición de alguno de ellos puede alterarse puesto que poseen una posición flexible dentro el texto.

El inicio y la clausura son secciones claramente definidas por su papel en la interacción verbal. Sin embargo, frecuentemente, el comentario se abre *in medias res* pues se presupone el conocimiento mutuo y compartido del tema. Generalmente, no lleva encabezado, pero cuando este se revela lo hace como una categoría muy variable, que asume funcionalidades diversas que traslucen la creatividad de sus autores. Por su parte, los elementos de cortesía en los segmentos conclusivos del discurso también configuran una muestra bastante heterogénea (pueden no aparecer o bien, explicitarse mediante fórmulas de despedida del tipo “un saludo” o informales como “bye”, para citar dos de los más recurrentes).

Dentro del cuerpo, finalmente, pueden reconocerse los siguientes elementos característicos: sujeción a un mensaje anterior –comentario o discurso (una pieza periodística informativa, interpretativa o de opinión)–, exposición de un punto de vista y apelación a otros miembros de la comunidad mediante marcas que el enunciador relaciona con zonas de cambio de turno.

En otro orden de cosas, es importante destacar que el carácter interaccional del comentario condiciona su estructura retórica. El usuario infiere que el lector percibirá su intención, presuposición que influirá en el estilo que elija para elaborar su discurso y en la cantidad de información que ofrezca y dé por sobreentendida. Es decir, el internauta pretende que su comentario sea comprendido y que su objetivo sea captado adecuadamente. Para hacer más efectiva su intervención recurre, en consecuencia, a distintas estrategias persuasivas.

En este sentido, recordemos que Aristóteles en su *Retórica* (1990) sostiene que el hombre no es solo un ser racional, sino que obedece también al ámbito de las emociones, por lo que resulta imprescindible abordar el discurso persuasivo. Así, establece que todo discurso, si pretende incidir sobre la audiencia, debe aludir a tres dimensiones: el *logos*, el *ethos* y el *pathos*. Dicho en otras palabras, un argumento nos convence cuando sus premisas nos parecen racionales y convincentes (*logos*), cuando su enunciador merece nuestra confianza (*ethos*) y cuando sus proposiciones apelan también a nuestras emociones (*pathos*).

En el marco genérico del comentario, el enunciador se construye discursivamente *ethos*, en cada intervención que realiza, como autoridad, experto, persona confiable, etc., apelando en dicho proceso a los diferentes modos semióticos que posibilita el soporte digital (multimodalidad: palabra, imagen estática o animada, fotografía, sonido, etc.). También lo hace a través de los enlaces que selecciona para presentar o exponer un tema o punto de vista (hipertextualidad) e interactuando con sus pares -en el contexto de una comunidad virtual (de habla, discursiva o de práctica, según el caso), por medio de un registro escrito moldeado por la inmediatez comunicativa e impregnado de emotividad.

Respecto al *logos*, podemos afirmar que es la estrategia retórico-persuasiva de menor incidencia en los géneros digitales dialógicos. En efecto, se encuentra asiduamente supeditada al *pathos* y al *ethos*, puesto que el objetivo de los enunciadores, en el espacio de estas prácticas discursivas interactivas, no es, primordialmente, transmitir información, ni argumentar ofreciendo proposiciones lógico-racionales, sino entablar una relación fático-emotiva y expresar sensaciones; de ahí que el tópico de los discursos sea un elemento de gravitación secundaria para la persuasión.

En cuanto al *pathos*, es, bajo nuestra mirada, el recurso retórico dominante de los cibergéneros conversacionales en general y del comentario en particular, ya que estos reflejan una incuestionable orientación hacia la empatía y el desarrollo de sentimientos de adhesión comunitaria. El usuario desea que lo que enuncia sea aceptado por los otros miembros de su grupo de referencia, que sus afirmaciones sean consideradas legítimas y bien fundadas, o, en última instancia, que sus críticas logren el efecto perlocutivo sobre sus pares.

Finalmente, en esta clase textual resulta también recurrente el empleo sistemático de metáforas, ironías, eufemismos, paralelismos, humor, preguntas retóricas, hipérboles, citas multimodales (especialmente mediante links, aunque a veces también en estilo directo) y reformulaciones amplificativas [¹⁴], si bien priman en ella los enunciados directos y categóricos alejados del empleo de mitigadores.

A través de la “teoría de los actos de habla” (Austin, 1981) es posible descubrir los propósitos comunicativos de este género, puesto que los comentarios vehiculan actos de habla globales, equivalentes formales de un plan de acción o intención discursiva predominante, estrategia general que se compone de una secuencia de acciones particulares, orientadas hacia un objetivo. Estas macroproposiciones esclarecen la intención discursiva del enunciador y la posición de los participantes del proceso genérico.

¹⁴ Toda reformulación supone la “transformación de una unidad discursiva en otra de tamaño variable semánticamente equivalente” (Maingueneau, 2003: 83). En este sentido, el comentario podría considerarse un tipo de reformulación, cuya particularidad es agregar valoraciones propias. Por otra parte, toda reformulación explicativa implica, respecto de la fuente, una interpretación, mutación del contenido sin alteración radical y producción de un nuevo texto (Fuchs, 1994: 18).

Siguiendo esta línea de pensamiento, podemos decir que los comentarios digitales procuran discutir, contestar, acordar, discrepar, criticar, condenar, denunciar, protestar, movilizar, convocar, pedir, exigir, sugerir, descalificar, insultar, amenazar, elogiar, felicitar, aplaudir, interrogar, responder, refutar, informar, explicar, proponer, etc.

Todas las acciones mencionadas son de naturaleza sociocultural. En ellas se produce una interacción entre el autor material del comentario y la comunidad de lectores registrados, ya que enunciar una opinión supone ponerla en relación directa con las creencias propias de un grupo social que posee una serie de conocimientos en común, a partir de los cuales los sujetos formulan sus actitudes, que resultan expresión individual de esas verdades compartidas.

En todo comentario la secuencia textual dominante o envolvente es la «argumentativa», aunque de manera recurrente suelenemerger, como secuencias incrustadas, otros modos de organización discursiva como la narración, la descripción o la exposición. En este punto debemos efectuar una aclaración. El hecho de que prime la argumentación no implica que deba concebírsela en los términos de la cultura escrita. Es decir, sostenemos que, así como hay una argumentación oral y otra propia de la escritura, puede postularse la existencia de una, característica del ámbito digital, que ostenta una mayor proximidad con las situaciones argumentativas de la oralidad debido, principalmente, a la urgencia de quien enuncia y a los rasgos distintivos del soporte. De ahí que, por ejemplo, el usuario, con la intención de que su mensaje sea entendido rápida y sencillamente, aproveche estructuras organizativas previas, esquemas válidos como los de premisa-argumentos, problema-solución, causa-consecuencia, etc., para que su texto pueda ser procesado con mayor facilidad por el resto de los ciberlectores.

Por tanto, podemos afirmar que estamos en presencia de un género evaluativo puesto que activa juicios y valores sobre algún estado de cosas. Así, la evaluación constituye, bajo nuestra perspectiva, el aspecto central del comentario. No es solo una cuestión individual sino social, debido a que se rige por el sistema de valores de una comunidad determinada en la que el género se produce.

Al difundir opiniones, los comentarios apuntan a ideologías y, por consiguiente, se sitúan junto al poder establecido o enfrente de él. En consecuencia, el conocimiento compartido, el saber de sentido común, el eco de la voz colectiva de sujetos que se expresan mediante el enunciado particular de un hablante, que se pronuncia y construye como un ciudadano que se dirige a sus pares, es la base epistemológica a partir de la cual se generan los procesos comunicativos en este género.

Por otro lado, frecuentemente, el usuario lector promueve una acción e intenta producir un efecto en el destinatario de su discurso. Dicho de otro modo, el enunciador de estos espacios de discusión se erige en interprete voluntario de la sociedad y de sus intereses por lo que llega a aconsejar conductas a los gobernantes, sugerir medidas a la administración y proponer caminos alternativos a los responsables de las diferentes instituciones sociales. En este caso, el cibernauta juzga que lo que plantea es lo más conveniente para el futuro del colectivo que integra. Al mismo tiempo, la opinión puede asumir la forma de una crítica, en la que el deseo suele formularse en términos de exigencia, de compromisos o de acción.

El comentario digital como género discursivo periodístico es, entonces, un marco ideal para dar formas a las ideas y pensamientos, para adoptar una postura ante los hechos y para el ejercicio democrático. Condensa las ideologías de los ciudadanos tal como son percibidas en su cotidaneidad. Organiza manifestaciones discursivas concretas de las prácticas sociales y facilita la participación activa en la esfera pública de los actores de una comunidad determinada.

Ahora bien, los navegantes de sitios de noticia, al expresar opiniones sobre acontecimientos de actualidad pueden conseguir en sus interacciones verbales que un asunto relativamente ignorado gane notoriedad y sea abordado más a fondo en la cobertura periodística de un medio digital. Del mismo modo, pueden desencadenar réplicas que van a complementar, apoyar u oponerse a la postura adoptada por el cibernauta en su intervención. Asimismo, además de proporcionar puntos de vista, colaboran con información o explican aspectos determinados sobre un asunto en particular.

Por eso, en palabras de Roig (2006), los comentarios de los lectores forman parte de la comunicación alternativa que, a menudo, pueden considerarse interferencias, positivas o negativas, a la comunicación tradicional; ya sea porque la influyen, la condicionan, la refutan o la complementan.

Por último, resta aclarar que el comentario ha recibido el legado de un género como la carta de lector, propio de la tradición discursiva del periodismo escrito de opinión, y que hereda sus rasgos a las intervenciones de los medios sociales como Twitter, Facebook y WhatsApp que han modificado la perspectiva de la ciudadanía sobre la labor actual del periodismo en todos sus aspectos: el sentido de la información ya no tiene un carácter unidireccional (periodismo tradicional, incluyendo el digital en sus inicios) sino que, con el empleo de estas herramientas tecnológicas, ha tomado un perfil bidireccional (periodismo ciudadano), mutando radicalmente la manera en como obtenemos la información del acontecer diario y originando una verdadera conversación. Además, en su carácter de situación discursiva particular, viabiliza la concreción de formas genéricas como foros, weblogs y cibernoticias.

Estos aspectos constituyen las marcas definitorias que nos permiten pensarlo como un nuevo género discursivo, en constante reconstrucción (Arancibia Aguilera y Montecino Soto, 2013), al que proponemos conceptualizar como:

“género interactivo del periodismo digital que permite la construcción y representación de una realidad social efectuada por un usuario en el seno de un cibermedio, a través del empleo casi exclusivo de la palabra escrita, aunque recurre también al hipertexto y a otros procedimientos multimodales, con la intención de persuadir a un destinatario explícito y al conjunto de lectores de una cibercomunidad, integrada por otros miembros de la sociedad civil, acerca de la validez de una valoración personal (no institucional) de un hecho de actualidad, mediante la utilización de estrategias argumentativas de interacción” (Sal Paz, 2013: 167).

3. CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA Y COBERTURA PERIODÍSTICA DEL TÓPICO “TARJETA CIUDADANA” EN *LA GACETA DE TUCUMÁN*

Los medios informativos actúan, desde la línea teórica de Eliseo Verón (2004) que compartimos, como “máquinas de producción de la realidad social” por lo que la construyen a partir de procesos de selección que operan en los planos de la representación, de la retórica y de la transmisión de un hecho como discurso noticioso. Como señala Charaudeau (2003: 324), en esta construcción del acontecimiento se recorta la realidad, a partir de tres criterios: el tiempo, el escenario y el accidente. El “tiempo”, entendido como el problema de la urgencia en los medios de comunicación (se produce un acontecimiento y, con premura, hay que convertirlo en hecho noticioso); el “escenario”, relacionado con el tipo de información que busca transmitirse y que puede ser local (de terruño) o global (nacional o internacional); finalmente, el “accidente”, concebido como suceso que admite diferentes categorías: lo insólito, lo repetitivo, lo azaroso, lo trágico, etc. Por lo tanto, partimos de la premisa que sostiene que la práctica discursiva periodística no es una transferencia fría de información de un periodista a un conjunto de lectores, sino que debe concebirse como el resultado de un complejo entramado de redes en el que un enunciador plural (el diario digital), a través de la utilización estratégica de diversos mecanismos multimodales, pretende imponer su representación de la realidad a determinadas audiencias.

En consecuencia, los medios de comunicación, entendidos como el conjunto de soportes tecnológicos cuyo rol social consiste en difundir informaciones relativas a los acontecimientos que se producen en la sociedad, funcionan con una doble lógica: una económica, por lo que actúan como empresas cuya finalidad radica en la fabricación de un producto para el mercado de intercambio de bienes de consumo, y otra semiológica, según la cual deben considerarse como máquinas productoras de signos que se originan en el sector de la actividad humana dedicada a construir discursivamente sentido social (Charaudeau, 2003: 16). De ahí que la presentación de una pieza noticiosa esté ligada a una serie de recorridos que involucran diferentes procesos de construcción social del acontecimiento, por lo que toda cobertura periodística se hallará condicionada por intereses editoriales, económicos, políticos, etc., a partir de los cuales se generarán acciones de selección, inclusión, exclusión y jerarquización de la información.

Ahora bien, en consonancia con la propuesta formalizada por Pinkus (2003), definimos como “cobertura periodística” a la serie de textos sobre un hecho noticioso, interrelacionados en el espacio-tiempo de la edición de un medio de prensa –digital en nuestra investigación–, y al número indeterminado de ediciones que le suceden durante los siguientes días o meses.

En este sentido, los comentarios digitales del corpus, sobre los que efectuamos el estudio de caso, han sido esgrimidos por los usuarios del sitio lagaceta.com en artículos periodísticos, pertenecientes a diferentes géneros, relacionados con la cobertura mediática de un tópico que generó inmensa expectación entre los miembros de la comunidad tucumana. La noticia a la que aludimos es la siguiente: la imposición de la tarjeta ciudadana como único medio de pago habilitado para costear viajes en el sistema de transporte urbano de pasajeros de la ciudad de San Miguel de Tucumán (Argentina), desde el 31 de enero de 2014, en reemplazo del cospel, modalidad vigente hasta su implementación y sustituida por las autoridades municipales con el objetivo de dinamizar el servicio y brindar mayor seguridad, tanto a los usuarios de las diferentes líneas de colectivo como a los choferes de las unidades.

Seleccionamos este suceso de interés local, porque originó un enorme impacto en la sociedad civil, ya que el día precedente a la obligatoria y definitiva incorporación de la tarjeta magnética, numerosos pasajeros intentaron adquirirla infructuosamente, pues no había en el mercado suficiente cantidad de plásticos. Este inconveniente produjo un estado de malestar generalizado que el periódico de referencia dominante de la Provincia, convirtió en acontecimiento y tema de agenda, concediéndole una amplia cobertura que motivó el interés y la participación de los usuarios registrados de su versión online.

La elección de un material temático cuyo atractivo se circunscribe a las fronteras de una comarca, no fue fortuita; tampoco, la delimitación del corpus. En efecto, los comentarios digitales examinados fueron extraídos de los 22 textos periodísticos publicados por *La Gaceta* (edición de Tucumán) durante febrero de 2014 (704 comentarios), debido a que el conflicto, con diferentes actores sociales involucrados

(ciudadanos, choferes, autoridades municipales, empresarios, instituciones de defensa al consumidor, etc.), tuvo su punto más álgido en ese momento. No obstante, para la exemplificación, escogimos los del artículo “Hubo largas colas y enojos por la Tarjeta Ciudadana” [15], aparecido durante la primera semana del mes, porque fue el que suscitó mayor participación (119 intervenciones). Observamos, como era de suponer, que las interacciones disminuyeron a medida que transcurría el tiempo, en directa vinculación con la normalización del sistema implementado y con el relajamiento mediático dado por el periódico al tratamiento del tópico.

Así, la nota periodística que alberga el debate fue publicada el día 4 de febrero de 2014 en la sección “Sociedad”. Se encuentra enclavada bajo un cintillo que refiere, en forma directa, el mecanismo de pago, a través de una construcción nominal “TARJETA CUIDADANA”. Esto nos demuestra que el tópico, ya en esta fecha, se había constituido en un tema de agenda del medio.

Lleva por título “Hubo largas colas y enojo por la Tarjeta Ciudadana”, oración impersonal que se enfoca en entablar relaciones de causa y efecto entre los sustantivos que lo integran: “largas colas” para obtener la nueva “tarjeta” magnética provocan “enojo” en los ciudadanos. En este punto, debemos precisar que existe una singular correspondencia entre titular y comentario de lector, ya que el periodista enunciador despliega una serie de recursos en los paratextos periodísticos cuando desea generar la participación activa del usuario y ganar su atención, como pudo constatarse en los ejemplos del corpus.

Posee un copete con cuatro enunciados que dan cuenta de diferentes aristas del objeto noticioso y que explicitan que sobre el mismo existen posiciones contrapuestas: “La tarjeta Ciudadana despierta opiniones encontradas entre los usuarios. Las empresas de transporte dicen que facturaron un 40% menos el primer fin de semana de febrero. Muchos trabajadores tuvieron que gastar en taxi. Hay problemas con el abastecimiento de tarjetas”.

¹⁵ Se puede acceder al texto completo con sus respectivos comentarios en el siguiente enlace: <http://www.lagaceta.com.ar/nota/578046/sociedad/hubo-largas-colas-enojo-tarjeta-ciudadana.html>

Por su parte, tanto la fotografía que acompaña a la pieza informativa (usuarios formando una extensa fila en el microcentro de la ciudad capital, bajo el agobiante clima del verano tucumano) como el epígrafe “PLANTON. Mucha gente tuvo que resignar sus compras en el centro”, que la complementa, reflejan también la odisea del público para adquirir el plástico y puntualizan su padecimiento y fastidio, aspectos ya expresados desde el título.

Asimismo, el cuerpo del texto da voz a numerosos actores sociales con puntos de vista diversos (usuarios del servicio, presidente de la Asociación de Empresarios del Transporte y el Automotor de Tucumán, delegados sindicales de la Unión Tranviarios Automotor, representante de Atos, empresa encargada de la comercialización del producto), hecho que coadyuva a la caracterización del tópico como un eje de discusión controversial.

Es decir, la construcción del acontecimiento, realizada en el artículo por el ciberperiódico, es polémica desde la elección de sus paratextos, que actúan como recursos persuasivos para motivar la participación (ver imagen 1).

Además, es necesario advertir que, durante la semana de publicación de la nota, se incluyeron junto a la misma dos encuestas de opinión sobre este asunto. En ellas, por un lado, se interrogaba al lector acerca de los responsables de las dificultades surgidas con la puesta en marcha de la tarjeta magnética y por el otro, se solicitaba su valoración sobre la modificación del sistema de pago del transporte público. (ver imagen 2).

En ambas consultas dieron su parecer 2600 internautas, aproximadamente. La primera, cerrada el día viernes 7 de febrero, recibió 30 comentarios, mientras la segunda, finalizada el domingo 9, obtuvo 12 intervenciones. Tanto en la encuesta 1 como en la 2, hubo dos opciones que polarizaron el voto: la Municipalidad (52.71%) y los usuarios (31.73%) y Muy bueno (36.59%) y Malo (40.49%), respectivamente.

Los resultados de estos sondeos de opinión refuerzan la idea de conceptualizar el tema como de interés social, por el número de votantes, y como polémico, por la paridad alcanzada por dos alternativas de cada caso.

Finalmente, antes de iniciar la caracterización genérica del corpus, consideramos relevante mencionar que el artículo periodístico fue compartido 199 veces a través de *Facebook*, debido a que muchos lectores formalizan su ingreso a la comunidad de *La Gaceta.com*, en calidad de usuarios registrados, mediante su perfil en esta red social.

Imagen 1. Carácter polémico y persuasivo de los paratextos

Sección Sociedad

Cíntillo Fin de semana de los enamorados

Título Hubo largas colas y enojo por la Tarjeta Ciudadana

Copete La Tarjeta Ciudadana despierta opiniones encontradas entre los usuarios. Las empresas de transporte dijeron que facturaron un 40% menos el primer fin de semana de febrero. Muchos trabajadores tuvieron que gastar en taxi. Hay problemas con el abastecimiento de tarjetas.

Nº de veces compartida en la red social Facebook 199

Fotografía con mención de autor MÁNTON. Mucha gente tuvo que esperar horas para comprar en el centro. LA GACETA / FOTO DE FLÓRENCIA ZUÑITA

Epígrafe Encuesta

Encuestas de opinión

Noticias destacadas

Subí tu nota, foto o video

Esperanza

Fuente: La Gaceta

Imagen 2. Encuestas de opinión vinculadas con el tópico del texto



Fuente: *La Gaceta*

El abordaje del aparato paratextual nos posibilitó constatar la apelación al lector para que dé su opinión sobre el hecho noticioso en los canales de participación. Para intervenir en estos espacios de discusión es necesario ser miembro de la comunidad, teniendo un perfil de usuario y asumiendo la actividad moderadora del periódico. A través del registro, la empresa editorial busca asegurarse que quien comenta es una persona real que acepta las condiciones de uso del servicio.^[16]

Esta cabecera despliega un mecanismo de moderación denominado por el mismo sitio como “sistema karma”, que radica en categorizar a los lectores registrados y en definir las prioridades en la moderación de sus contribuciones (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Sistema Karma

Categoría de usuarios	Descripción	Tipo moderación
Nuevo	Recientemente registrado a la comunidad online.	Pre-moderación (el comentario se revisa antes de publicarse)
Regular	Usuarios con comentarios aprobados, pero también con varios censurados.	Pre-moderación (el comentario se revisa antes de publicarse)
Experto	Usuarios con una proporción muy baja de comentarios censurados.	Post-moderación (el comentario se publica en forma inmediata)

Fuente: *La Gaceta*

¹⁶ Las normas de publicación de comentarios y reglamento están recogidas en: <http://www.lagaceta.com.ar/publicacion-comentarios> y <http://www.lagaceta.com.ar/reglamento>

El karma guarda estrecha vinculación con la ley de causa y efecto. Así, quienes manifiestan en el tiempo una conducta que no infringe las reglas de convivencia de la comunidad, son ascendidos a la clase “expertos”, obteniendo el beneficio de la post-moderación.

La discusión objeto de nuestra investigación consta de 119 comentarios esgrimidos por 57 participantes. Sin embargo, 3 contribuciones fueron eliminadas por el moderador del espacio notificando los siguientes motivos, según se desprende de la leyenda que en cada caso acompaña la ausencia del texto: el primero, #46 en el hilo del foro, por “contenido discriminatorio, xenófobo o racista”, el segundo, #59, por “contener insultos o agravios contra terceros” y el último, #60, por tratarse de un “comentario repetido”. Resulta oportuno indicar que, una vez que estos han sido borrados del debate, no es posible comprobar si los argumentos ofrecidos como justificación de su filtración se condicen con la realidad. De todos modos, creemos que representan un mínimo porcentaje, si consideramos el total de las emisiones (ver imagen 3) [17].

Imagen 3. Comentarios eliminados. Argumentos de moderación



Fuente: *La Gaceta*

¹⁷ Hemos mantenido los datos referidos a los enunciadores de los comentarios, dado que el acceso a la lectura de la información contenida en los espacios de participación del periódico es de carácter público y abierto y a que, mayoritariamente, en estos ámbitos de discusión se emplean seudónimos. No obstante, contamos con la autorización de los usuarios para reproducir con fines investigativos sus intercambios. Efectuamos el contacto mediante correspondencia virtual, a través de la dirección de correo electrónico, proporcionada por los lectores en el formulario de registro de la comunidad de *La Gaceta*. Asimismo, hemos optado por transcribir las interacciones comunicativas tal como fueran publicadas, sin omitir transgresiones ortotipográficas, propias de la construcción de este y otros géneros digitales.

En los casos que ofrecemos a continuación, puede advertirse que el moderador no suprime siempre las intervenciones que no cumplen con los requisitos anteriormente mencionados (ver imagen 4).

Imagen 4. Participaciones antirreglamentarias no moderadas

#6  #3 Hay personas que nunca se enteraron que es de naturaleza humana (en todo el mundo) que las personas hagan cosas a último momento, pero prefieren hacer comentarios que no ayudan para nada. Ojalá esa persona nunca tengan problemas con sus tarjetas o recargas.

▼ Respuestas 1 Responder  5  11 

#5  ananel · 04 Feb 2014 - 03:06
Hay personas que nunca se enteraron que es de naturaleza humana (en todo el mundo) que las personas hagan cosas a último momento, pero prefieren hacer comentarios que no ayudan para nada. Ojalá esa persona nunca tengan problemas con sus tarjetas o recargas.

Responder  13  1 

#62  Tengo auto en diciembre leí acerca de la Tarjeta Ciudadana y durante los primeros días de Enero pare en un Kiosco de 9 de Julio y San Lorenzo y la compro sin ningún problema y ni la use, así somos los tucumanos esperamos a último momento los vencimientos, las moratorias y toda obligación adonde tenemos que poner de nuestra parte para crecer como sociedad y no vengan a decir que no avisaron empapelaron la ciudad con el tema este y canal 8 y 10 cansó con la publicidad...así que no den marcha atrás con la medida y los desprevenidos y irresponsables de siempre a la cola en medio del sol y a perderse la novela Avenida Brasil que para eso nomás les da la cabeza.

Mazagon · 04 Feb 2014 - 01:08
hace tres meses que se puede sacar esta tarjeta y los idiotas de siempre esperando hasta el ultimo para sacarla

Fuente: *La Gaceta*

La conversación se inicia con la intervención de 'nelly' a las 00:54 del 4 de febrero de 2014 y finaliza a las 11:22 del día siguiente con el aporte de 'Silvia Garay'. Vale la pena señalar que el mayor flujo de comentarios, como suele ocurrir, se origina el día de publicación de la nota (114 posteos, 49 durante las primeras doce horas, frente a 65 suscitados desde el mediodía en adelante). No obstante, el 11 de marzo del mismo año se produce una participación aislada que no recibe respuesta, razón por la cual

sostenemos que la tertulia concluye, en realidad, el 5 de febrero, a pesar de esta réplica esporádica de 'Lucia Espinosa' que, de todos modos, fue objeto de análisis.

De los 57 usuarios que participan, 33 ('nelly', 'EL GARROTE', 'nene malo', 'R i g o', 'Hector Kyac', 'luis summa', 'sergio27', 'juan782001', 'ashalan', 'rayes71', 'locura2023', 'Lucky Luke', 'Edgardo Espinoza', 'Daniel_Aro', 'tou31', 'soydecano_21', 'claudio_A_38', 'MonyR', 'Genio_Bueno', 'jap_tuc', 'VOTEMOS BIEN', 'juanmatuc', 'flor-de-lis', 'Nanddo', 'EL JUSTO', 'boedo', 'pirata07', 'puck', 'icaho', 'Juan_Lencina', 'Julio_Robles_Terán_Nougues', 'greghouse', 'Silvia Garay') realizan una única intervención, mientras que los 24 restantes publican más de un comentario ('Fernando_Brenner', 'Mazagon', 'ananel', 'cancano', 'Ezequiel Perea', 'robertmansoo', 'Todoloveo', 'Alejandro_Mizrahi', 'PitucoDecano', 'Dkno_Twenty-two', 'tigre_27160', 'Daleboca Rivero', 'persia', 'tucutrekker', 'Lucia Espinosa', 'Berlina', 'Con Cristina No Habia Pobreza', 'matiasrh84', 'Daniel_Vega69', 'cele_b', 'hardbait', 'andaluz', 'gloria chaves', 'Al Bedrio').

Los más activos son 'ananel' (10 aportaciones), 'Todoloveo' (8 contribuciones), 'matiasrh84' (6 colaboraciones) y 'cele_b', 'hardbait' y 'PitucoDecano' (5 intervenciones). La contribución que más respuestas genera en el marco de esta comunidad es la #16 de 'Todoloveo' con 4 réplicas, mientras que el comentario más y menos valorado es, al mismo tiempo, el #3 de 'Mazagon' (ver imagen 5).

Imagen 5. Comentarios con mayor número de respuestas y valoraciones

The screenshot shows two comments from the 'Tertulia' Facebook page. The first comment, by user #16 (Todoloveo), reads: "#1 Bueno, si se hubieran molestado por lo menos un ratito en sacar la tarjeta antes no tendrían inconvenientes. Sea el contexto que sea, toda aplicación de "cambios" en un ámbito organizacional, empresarial o meramente social tiene un proceso de resistencia a los mismos por parte de quienes lo usan o pertenecen al mismo. Esto no lo decidieron de un día para el otro, y su aplicación fue avisada hace meses, entonces que es lo que esperamos?. Ahora recién se quejan?. A ADAPTARSE MUCHACHOS. NO QUEDA OTRA!. Gracias!" It has 4 responses, 15 likes, and 13 shares. The second comment, by user #3 (Mazagon), reads: "hace tres meses que se puede sacar esta tarjeta y los idiotas de siempre esperando hasta el ultimo para sacarla". It has 1 response, 33 likes, and 27 shares.

Fuente: *La Gaceta*

Hay lectores que solo interactúan con el contenido de la pieza informativa. Esto no implica que algún otro comentarista tome como referente de su discurso las apreciaciones vertidas por ellos, como en el siguiente ejemplo (ver imagen 6).

Imagen 6. Interacción con la nota que recibe respuesta de otro usuario

A screenshot of a social media platform showing a comment thread. The first comment is from a user named 'locura2023' at 04 Feb 2014 - 10:35, with the text: 'todo a ultima hora...tengo la tarjeta desde que salio y funciona perfecto...'. Below it, another user 'ananel' at 04 Feb 2014 - 20:08 replies with '#29 Otro comentario que no aporta nada y sólo critica. Y va otro..'. The interface includes standard social media controls like 'Respuestas 1', 'Responder', and up/downvote buttons.

Fuente: La Gaceta

Del mismo modo, existen algunos discursos que son propensos a recibir réplicas y a propiciar interacción entre los miembros de la comunidad (ver imagen 7).

Imagen 7. Intervenciones interactivas

A screenshot of a social media platform showing a comment thread. The first comment is from 'tigre_27160' at 04 Feb 2014 - 11:03, with the text: 'Tengo la sensacion de estar en un regimen autoritario, en ninguna parte del mundo existe para el transporte publico una sola forma de abonar, se deberia implementar algo para pagar con dinero y que el boleto cueste mas por este medio, el transporte es publico y pago para usarlo, me deben dar un comprobante y me deben permitir abonar con dinero, este es un derecho constitucional, siento que se viola el derecho como ciudadano.'. Below it, another user 'PitucoDecano' at 04 Feb 2014 - 11:10 replies with '#34 que retro, con la Inseguridad reinante no podes seguir pagando a plata.. que parte no se entiende del pago electronico? Comprobantes transaccion en la pagina web, tambien podes ver el credito!'. A third user 'tucutrekker' at 04 Feb 2014 - 11:59 replies with '#34 Aca voy contra la corriente y concuerdo de que se deberia tener una segunda forma de pago en caso de extravio de tarjeta, o turistas o simplemente alguien que viaja muy poco. Pero deberia ser un costo mas alto (doble o triple) y caja de seguridad para pago exacto, sin vuelto. Si no tenes lo justo, paciencia, todavía es menos que un taxi. Talvez en futuro, ademas de esta tarjeta, el lector magentico se puede programar para aceptar todo tipo de tarjeta de credito y te debita el costo de un viaje.' Finally, 'ananel' at 04 Feb 2014 - 20:12 replies with '#34 Totalmente de acuerdo! NO puede existir UN solo medio de pago fijate que si la máquina no lee mi tarjeta bien, me quedo en la calle!!'. The interface includes standard social media controls like 'Respuestas 3', 'Responder', and up/downvote buttons.

Fuente: La Gaceta

En el caso seleccionado, un lector, identificado como 'tigre_27160' se pronuncia, en el comentario #34, sobre la situación informada por el medio en el artículo publicado en el sitio y abierto a la participación. A los siete minutos, 'PitucoDecano' responde a esta perspectiva, discrepando con el enunciador. Posteriormente, en #49, 'tucutrekker' prosigue la línea del debate iniciada por 'tigre_27160', acordando y ampliándola, propuesta a la que, transcurridas nueve horas, adhiere un cuarto participante registrado como 'ananel'.

Mediante este ejemplo, observamos que, efectivamente, el macrogénero “foro de discusión”, puede generar conversación, puesto que, por medio de un hilo argumental, relacionado con el tópico del texto fuente, algunos usuarios expresan su punto de vista, mientras que otros se declaran a favor o en contra del discurso consignado por su par, mediante la mención del número de comentario. Así, el comentario digital puede concebirse como una respuesta a un discurso previo que funciona como su estímulo: la pieza informativa; el enunciador periodista o el medio –si se trata de un texto sin autoría explícita–; un actor social –personas o instituciones relacionadas con el tópico, con voz en el cuerpo textual del artículo o mencionadas a través del discurso indirecto por el trabajador de prensa–; un usuario en particular o toda la comunidad digital.

Si bien algunas intervenciones se producen en los espacios de discusión de forma sucesiva, hay casos en los que, por el contrario, se enuncian de manera simultánea, hecho que nos confirma la inexistencia de turnos de habla (ver imagen 8).

Imagen 8. Interacciones simultáneas



Fuente: La Gaceta

Existen, entonces, en este género discursivo, interlocutores que desarrollan e intercambian los papeles comunicativos de lector y escritor, quienes no comparten, generalmente, ni tiempo ni espacio cuando interactúan en el soporte digital, por lo que resulta fundamental contar con instrucciones que posibiliten afrontar el proceso de lectura inferencial en condiciones más adecuadas. Con tal fin la empresa periodística estructura la cadena de comentarios que conforman una discusión para que el usuario pueda acceder fácilmente a los mismos y obtener una mayor comprensión del debate.

Al respecto, el diario *La Gaceta* de Tucumán tiene dos formas de presentarnos las intervenciones. En una primera lectura los textos se organizan de manera llana, es decir, las respuestas se exhiben en orden cronológico inverso. Sin embargo, cuando nos hallamos frente al mensaje de un usuario que recibió contestaciones de otros foristas, podemos visualizar, mediante un clic en el enlace “Respuestas”, en forma arbórea o anidada, las interacciones que se vinculan con este comentario (ver imágenes 9 y 10).

Imagen 9. Organización llana

The screenshot shows a forum interface with three visible comments:

- icaho - 04 Feb 2014 - 19:33**
En Mar del Plata me fue pésima la experiencia con este sistema. Hice una hermosa cola para comprar la tarjeta y adquirir crédito. Al subir al colectivo la tarjeta y el crédito comprado media hora antes, reflejaba saldo cero. Por amabilidad el chófer pudo viajar con la tarjeta de otro pasajero. Solución NO VIAJES MAS EN OMNIBUS y si lo hice, en otra línea donde iba un auxiliar del chófer con una tarjeta de la empresa y a esta persona se le abonaba el boleto. Ahora con tantos problemas con la tarjeta: aquí los empresarios podrían dar esta solución: poner una persona de la empresa que cobre el pasaje pasando una tarjeta de la empresa, hasta tanto normalicen el servicio. SOLO HACE FALTA VOLUNTAD DEL EMPRESARIADO.
#93
- puck - 04 Feb 2014 - 18:48**
Gente que se queja de los planes pero quieren que le den la tarjeta gratis (te sale gratis si sacás x lo menos 4 viajes como primera carga) Yo la saqué el año pasado y no tuve que andar haciendo cola... Me pregunto: la empresa de los coopeles le puso unos mangos a alguien para que todos los días saquen este tipo de noticias?
#92
- pirata07 - 04 Feb 2014 - 18:47**
Que raro la gente dejando siempre para último momento los trámites... después es fácil quejarse... Una vez normalizada la distribución se verán las ventajas de este sistema.
#91

Each comment includes a "Resuestas" button, a "Responder" button, and upvote/downvote counts (e.g., 5 upvotes, 2 downvotes).

Fuente: *La Gaceta*

Imagen 10. Organización anidada

Nando - 04 Feb 2014 - 15:09
me parece mas increíble que de un dia par otro soso se reciban tarjetas en los colectivos cuando en realidad tendrían que haber dado un plazo para que todos vayan sacando de apoco la tarjeta asi se evitaba todas estas colas por culpa de que fue como siempre a lo apurado ! ...

matiasrh84 - 04 Feb 2014 - 15:15
#71 si avisaron hermano, hubo mucho tiempo de plazo y se extendió en 2 oportunidades... que no leés las noticias? no ves tele? no quiero que te lo tomes personal pero es la realidad.. no nos quejemos gratis

ananel - 04 Feb 2014 - 20:23
#20 #25 #27 #28 #45 #51 #50 #48 #54 #57 #61 #62 #64 #71 #77 #67 #72 #91 #92 Les invito q qé aporten algo útil para la sociedad, en vez de criticar solamente... Por eso estamos como estamos, por esta intolerancia.. Seguramente uds. nunca hicieron nada a último momento... Ojalá nunca tengan problemas con sus recargas, señores y señoras :)

Al Bedrio - 04 Feb 2014 - 22:57
#71 Si hubo plazo, lo que ya no hay desde hace más de un mes es la cantidad suficiente de tarjetas.

Fuente: La Gaceta

En otro orden de cosas, el género tiene una estructura reconocible, conformada por dos elementos vertebradores. Por un lado, el encabezado –gestionado automáticamente por el servidor– y por otro, el cuerpo del mensaje (ver imagen 11).

Imagen 11. Superestructura de un comentario

Berlina - 04 Feb 2014 - 13:19
el colmo... echarle la culpa a la gente....como todo en este país, y más en esta provincia. una buena idea, pero lamentablemente como todo mal gestionado. la materialización y puesta en marcha siempre es deficiente pq no planifican, no organizan, no invierten en poner una pagina web especialmente hecha solo para el sistema de tarjeta, donde uno se registra online y le manden el plástico a su domicilio, así debería haber sido.... aparte en mi caso... para q iba a sacar la tarjeta en agosto si las líneas q consumo aun no utilizan ese sistema. 102, 100, 118, 105. todas interurbanas. UN DESASTRE COMO SE ESPERABA QUE FUERE.... osea no hay plásticos, no hay bocas de expendio ni lugares de recarga, no hay un sistema para agilizar la obtención de la misma... obligando a la ciudadanía a tener q ir a junin 1ra cuadra,,, osea nunca un lugar físico destinado al evento.y hacerse mala sangre. una buena idea, pero lamentablemente como todo mal gestionado

Fuente: La Gaceta

En el encabezado vemos cuatro elementos que, de izquierda a derecha, se organizan del siguiente modo: foto de perfil; número de comentario; *nickname*; fecha (ver imagen 12).

Imagen 12. Organización interna del encabezado



Fuente: *La Gaceta*

La foto de perfil es lo primero que visualizamos al leer un mensaje en un foro de discusión. Junto con el *nickname*, contribuye a forjar la identidad digital del comentarista. Ambos elementos pueden modificarse en cualquier momento como miembro de la comunidad. En el corpus, por ejemplo, 'andaluz' fue previamente 'CHIQUINO1' y cambió su imagen de presentación (un tigre de bengala por una pantera negra); 'Todo lo veo' reemplazó la figura de un ojo por la de 'Gokú', personaje animado del manga y anime Dragon Ball y 'Nanddo' fue con anterioridad 'Nando_Gaucho', etc. Por lo tanto, la elección de un seudónimo virtual o de un avatar constituyen huellas de subjetividad, dependientes de las circunstancias contextuales. En este sentido, pueden concebirse como mecanismos multimodales mediante los que el sujeto comunica a su interlocutor la forma en la que quiere ser imaginado (ver imagen 13).

Sin embargo, la imagen no tiene carácter obligatorio. En numerosos comentarios analizados nos encontramos con imágenes predeterminadas, iconografías de la sombra de una mujer o de un hombre. Vale precisar que no siempre existe correspondencia entre esta imagen y el sexo del *nickname*. En este punto resulta perentorio aclarar que de un total de 57 participantes 13 eligen representarse con esta opción que el periódico les brinda por defecto (ver imagen 14).

Imagen 13. Mutaciones de identidad (*nickname* y/o *avatar*)



Fuente: *La Gaceta*

Imagen 14. Iconografías configuradas por defecto en el cibermedio



Fuente: *La Gaceta*

En el resto de los casos, los usuarios emplean diferentes recursos visuales. Se imponen los retratos fotográficos (13 recurrencias), seguido por la alternativa animales (8 recurrencias) y dibujos animados (seis recurrencias) (ver imagen 15). También es frecuente, entre otros, el uso de paisajes, símbolos patrios, escudos de clubes de fútbol.

Imagen 15. Estrategias multimodales de presentación

#105 Desde cuando les importa que sienten choferes y pasajeros, lo real es que éste sistema significa una pérdida de tiempo para muchos, y no es ninguna fiesta, ya que hicieron perjuicio, no sigan con más, saquen a la venta las tarjetas no nominales, descartables o precargables como quieran llamarla, pero dar sus datos personales, no lo haga Sr/a.

Todoloveo · 05 Feb 2014 - 08:01
#55 300 mil personas que tuvieron mas de 5 MESES para comprarla!!!

#116 Con Cristina No Habia Pobreza · 05 Feb 2014 - 00:44
#102 Lo siento si te sientes tocado... pero esta gente hace unos meses hubiera comprado la tarjeta. salía el mismo precio que ahora.. gente "aquareda"

Fuente: *La Gaceta*

En ocasiones nos encontramos con imágenes que se condicen con el *nickname* elegido y funcionan a modo de complemento para reforzar la auto-referencialidad.



Nickname: TodoLoVeo

Refuerzo: el ojo que todo lo ve, símbolo de un ser superior, relacionado directamente con el apodo elegido por el usuario. Se autoconstruye como el ser omnipresente del espacio de participación.



Nickname: Dkno_TwentyTwo

Refuerzo: fotografía de Julio Grondona, expresidente de la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), fallecido recientemente que, en forma conjunta con el nombre del usuario, coadyuvan a personificar a este internauta como un fanático del Club Atlético Tucumán. Debe aclararse que a los simpatizantes de este equipo se los conoce como “decanos” y que la referencia a 1944 se vincula con el hecho que el estadio del club, llamado “El Monumental”, fue sede ese año de un importante torneo nacional.



Nickname: nene malo

Refuerzo: fotografía del torso de dos jóvenes con ropa informal (sudaderas y jeans), cadenas en el cuello y actitud de rebeldía. La leyenda escrita sobre la imagen, centrada y con letras de molde en mayúsculas sostenidas, es precisamente el apodo del internauta, quien en sus mensajes suele mostrar desenfado y transgredir las normas de escritura que, a menudo, atentan contra la coherencia del discurso (ver imagen 16).

Imagen 16. Relación entre la imagen, el *nickname* y el cuerpo del comentario



aníz local donde compran la tarjeta, no mas, es un kilombo....para q nos dado los volante de tarjeta cuidana....aparte q no servia.....

#8

[Responder](#)

14

7

Fuente: *La Gaceta*

Asimismo, hallamos en el corpus casos que no mantienen, en apariencia, coherencia con el *nickname* escogido por el lector. Esto no implica que las imágenes seleccionadas carezcan de denotación. El usuario a partir de ellas expresa su ideología, la posición que ostenta en la comunidad, rasgos de su personalidad, intereses y pasiones, etc.



Nickname: nelly

Imagen: La Virgen María cobijando a Juan Pablo II, ex papa de la Iglesia Católica, hoy canonizado santo. La participante, a través de esta elección, da cuenta de sus creencias religiosas que suele explicitar en sus intervenciones.



Nickname: R i g o

Imagen: iconografía de una mujer y un hombre contrayendo matrimonio con una inscripción en idioma inglés, ubicada en la parte inferior que podría traducirse como: “juego finalizado”. Este lector se presenta, en el contexto de la comunidad, como un sujeto crítico de esta institución y de muchas tradiciones muy arraigadas en el contexto local.

Por su parte, bajo la imagen de perfil se sitúa el número de comentario, conformado por el símbolo almohadilla o numeral (#), seguido del número de intervención asignado por el programa informático del sitio. Además de cumplir la función de organizar las participaciones en orden cronológico inverso, este signo sirve para efectuar réplicas. En efecto, cuando efectuamos un clic en el ícono “Responder”, el cibermedio nos presenta de manera predeterminada el signo numeral seguido del número de comentario con el que procuramos interactuar, con la intención que el forista autor de la contribución sepa que es nuestro interlocutor directo. Por tal motivo, en la mayoría de las respuestas de los miembros del periódico lo hallamos antepuesto a los enunciados del discurso. Con todo, esto no significa que podamos encontrarlo ausente, en medio, o al final del cuerpo del mensaje (ver imagen 17).

Imagen 17. Ubicación de las menciones en las réplicas

The screenshot shows a social media interface with two main posts and their replies. The first post is from a user with a profile picture of a green lizard, containing the text: "La verdad jamas la tengo..... NUNCA QUERIDO; besos#102". Below it are standard interaction buttons: Responder, likes (0), dislikes (0), and share. The second post is from a user named "persia" with a profile picture of a brown cat, containing the text: "donde leo eso mamita????#33". This post also has interaction buttons: Responder, likes (0), dislikes (3). A reply to this post is highlighted in a green box, starting with the nickname "Todoloveo" and a small cartoon character icon. The reply continues: "#33 Buena información y nota,fecha 22 DE AGOSTO DE 2013. Hoy? 4 DE FEBRERO DE 2014. Que hicieron durante todo este tiempo? "Ah no sigamos como estamos, después total nos quejemos de los políticos o del que venga", muy bien quien publicó esto, a los que se quejan ahora, enten, lean esto y Shhhhhhhhhh!!!". The reply has its own interaction buttons: Responder, likes (0), dislikes (3).

Fuente: La Gaceta

Suele ser, también, bastante asidua la auto-denominación. Mediante ella, es posible superar la limitación en el espacio para concluir una intervención o agregar algún detalle que en una primera escritura haya sido omitido (ver imagen 18).

Imagen 18. Sistema de auto-menciones

The screenshot shows a social media thread. The first post is from a user named "cele_b" with a profile picture of a dog, dated 04 Feb 2014 - 16:25. The text reads: "Acaba de surgirme una duda... con este nuevo sistema que funciona A MEDIAS me pregunto... supuestamente si me quedo sin saldo yo puedo pedirle amablemente a alguien pagarle el viaje y que pase su tarjeta por mi. Hasta ahí todo bien pero si cuando sube el Inspector esa persona que me ayudo ya bajo de la unidad??? Como demuestro que si pague el viaje?? De NINGUNA FORMA. En Salta (al no ser de ahí) con unas amigas le pagamos 5 viajes a una mujer y ella pasa la tarjeta por todos PERO ahí te dan un TICKET por cada vez que pasas la tarjeta. (Problema resuelto)... pero bueno aca siempre vamos a medias y los perjudicados somos los usuarios... me parece muy buena opción la tarjeta y entiendo que va a pasar un tiempo hasta que se normalice... pero de entrada aclararon que las máquinas NO TE DAN UN COMPROBANTE. Con lo SIMPLE que es!!! Si van a hacer las cosas que las hagan bien y completas!" Below this post are standard interaction buttons: Responder, likes (6), dislikes (0), and share. The second post is from a user named "hardbait" with a profile picture of a blue circle, dated 04 Feb 2014 - 16:26. The text reads: "#78 porque la máquina te entrega un ticket =P qué queda en tu". The third post is from the same user "cele_b" with the dog profile picture, dated 04 Feb 2014 - 16:35. The text reads: "#78 disculpame pero la maquina no te entrega ningun ticket...". Below this post are standard interaction buttons: Responder, likes (4), dislikes (0), and share.

Fuente: La Gaceta

Otro elemento en el encabezado de los comentarios es el *nickname*, entidad altamente dependiente de las implicaciones contextuales que opera para el enunciador como un

rasgo constituyente de su identidad virtual y para el enunciatario, como horizonte de lectura, guiando el proceso inferencial dentro de los límites de la comunidad. La elección de una determinada forma lingüística para auto-denominarse es importante. Algunos usuarios utilizan para interactuar nombres no ficticios [18] ('Fernando_Brenner', 'Ezequiel Perea', 'Hector Kyac', 'Luis Summa', etc.); otros, en cambio, eligen seudónimos claramente ficcionales ('ananel', 'Mazagon', 'EL GARROTE', 'hardbit'). Por su intermediación se transmiten una serie de supuestos que el forista que los usa desea comunicar a sus interlocutores. No obstante, es el lector quien termina de gestar y construir una interpretación de ese apodo virtual (ver imágenes 19 y 20).

Imagen 19. Interpretación de un *nickname* por otro miembro de la comunidad

Al Bedrio - 04 Feb 2014 - 23:11
 #30 Insensato que todo lo ve menos su propia insensatez. Un servicio PÚBLICO es para servir a la gente y no al revés. El problema aquí, que no hay manera de excusar, es el desabastecimiento de tarjetas, y la falta de logística mostrada por la empresa concesionaria. Ellos deberían indemnizar a los usuarios o al municipio por no cumplir con el compromiso que asumieron.

#114

Responder 1 1

Fuente: *La Gaceta*

Imagen 20. Horizonte de expectativas a partir de la lectura de un *nickname*

Todoloveo - 04 Feb 2014 - 09:31
 #20 JAJAJA. Vaya y comprese la tarjeta mi amigo!. Si, esta claro que cada uno la puede comprar cuando se le venga en gana. Mientras, no se quejen que tienen que andar en taxi u otros medios! .Lo siento mucho, sigan dejando las cosas para ultimo momento. Jajaja. Bueno, por lo menos toman sol haciendo la cola!. SI LA HUBIERAN SACADO HACE TIEMPO NO LES PASARÍA, pero que va hacer, esto es Tucson City. Y siempre quien tiene la culpa?.. Los demás, nunca nosotros. Somos cada uno la perfección andante jajaja.. Citandote un poquito:
 ANDAAAAAAAAAAAAAA (a sacar la tarjetita xq vas a gastar mas platita, ah y lleva protector solar eh!)

#22

#1 Bueno, si se hubieran molestado por lo menos un ratito en sacar la tarjeta antes no tendrían inconvenientes. Sea el contexto que sea, toda aplicación de "cambios" en un ámbito organizacional, empresarial o meramente social tiene un proceso de resistencia a los mismos por parte de quienes lo usan o pertenecen al mismo. Esto no lo decidieron de un día para el otro, y su aplicación fue avisada hace meses, entonces que es lo que esperamos?. Ahora recién se quejan? A ADAPTARSE MUCHACHOS, NO QUEDA OTRA!. Gracias!

#16

Fuente: *La Gaceta*

¹⁸ Consignamos “no ficticio” como forma de denominación para este tipo de identificación, ya que no podemos enunciar con certeza si son los nombres reales de los usuarios.

En el ejemplo, 'Al Bedrio' comienza comentando el *nickname* 'Todoloveo'. Si bien emplea un juego de palabras irónico sobre el nombre del usuario para atacar su imagen, fue necesario que antes efectuara un proceso inferencial sobre los rasgos que 'Todoloveo' quiere significar a la comunidad. Así supone que el portador del seudónimo se concibe como un usuario omnipresente, de agudeza crítica, capaz de percibir por medio de la razón situaciones que escapan al ojo de sus pares. Esta concepción, efectivamente se refleja en el estilo que asumen sus intervenciones. 'Al Bedrio' como usuario escoge un apodo que construye de forma consciente separando la palabra albedrío, que puede significar voluntad no gobernada por la razón, sino por el apetito, antojo o capricho, y también potestad de obrar por reflexión y elección. Es decir, el usuario se autorrepresenta por medio del uso irónico del lenguaje, apelando a juegos de palabras, como un miembro movilizado por la libertad para opinar, sin sujetaciones, como queda de manifiesto en sus argumentadas contribuciones (ver imagen 21).

Imagen 21. Horizonte de expectativas a partir de la lectura de un *nickname*

-  Al Bedrio · 04 Feb 2014 - 22:57
 #71 Si hubo plazo, lo que ya no hay desde hace más de un mes es la cantidad suficiente de tarjetas.
 #112 [Responder](#) [0](#) [0](#) 
-  Al Bedrio · 04 Feb 2014 - 22:22
 #91 Una vez normalizada la distribución... tal vez. Pero ahora la gente se está quejando justamente de la MALA DISTRIBUCIÓN de las tarjetas.
 #111 [Responder](#) [0](#) [0](#) 
-  Al Bedrio · 04 Feb 2014 - 22:20
 #92 No amigo, no es la empresa de los cospeles, es la gente podrida de que en todos lados les digan que no tienen las tarjetas para vendérselas. Hay desabastecimiento de tarjetas porque las tarjetas nominales que ATOS distribuyó no alcanzan para los más de 500 mil usuarios de la ciudad. Y no van a haber más tarjetas nominales, por que están esperando poder distribuir las no nominales que seguramente tienen menor costo. Esto no es una sensación de desabastecimiento, la empresa ATOS no quiere perder plata, y mientras tanto que se joroben los usuarios.
 #110 [Responder](#) [1](#) [0](#) 
-  Al Bedrio · 04 Feb 2014 - 22:11
 ATOS: devolvé lo que te ahorraste no distribuyendo las targetas, y no queriendo comprar la cantidad suficiente. En la ciudad hay 800 mil personas, y dicen como si fuese un logro que hay activadas 220mil tarjetas; ¿qué están suponiendo... que las otras 580mil no usan el colectivo nunca? También devolvé lo que le hiciste gastar a la gente en taxis, y el tiempo que perdió en ir de una boca de expendio a otra para que le digan "no tenemos, vaya a la Junín".
 #109 [Responder](#) [1](#) [0](#) 

Fuente: La Gaceta

Ahora bien, en cuanto al cuerpo del mensaje, como enunciamos en la sección teórica de este artículo, prima en los comentarios un registro digital, híbrido que podemos denominar «habla escrita», propio de los géneros conversacionales del ciberespacio (ver imagen 22).

Imagen 22. Registro digital

Todoloveo · 04 Feb 2014 - 11:31
#31 #32 #39 #35 #38 Buenas respuestas!!!! Deberiamos juntarnos a comer un asado. Eso si, vamos todos en bondi, con NUESTRAS TARJETAS!!
#44 ▾ Respuestas 2 Responder 7 8

GRACIAS PAPI GRONDI!! COPA CORNER AÑO: MCMXLIV #55
Dkno_Twenty-two · 04 Feb 2014 - 12:46
#32 FEDE TE ESTOY PONIENDO UN EJEMPLO, CON MAS RAZON SI SON 500 MIL USUARIOS DEBES TENER TODA LA DISTRIBUCION LISTA PARA QUE NO HAYA ESTOS PROBLEMAS, LO FELICITO AL QUE COMPRO LA TARJETA CON ANTELACION PORQUE SABIA QUE EN LA ARGENTINA TODO SE HACE MAL Y SE EVITA UN PROBLEMON COMO AHORA DE NO ANDAR HACIENDO COLAS PERDIENDO EL TIEMPO Y TRAGANDOSE UN SOLASO CON ALTAS TEMPERATURAS PERO ESTO NO TE DA DERECHO A JUZGAR AL QUE VA A COMPRAR AHORA QUIEN TIENE TODO EL DERECHO DE EXIGIR A QUE LAS TARJETAS ESTEN EN TODA LA CIUDAD BIEN DISTRIBUIDAS, COMO SE EXPLICA QUE EN UN SOLO LUGAR TENGAN LA TARJETA PARA 300 MIL PERSONAS???? ES UNA LOCURA, LO QUE ESTA MAL ESTA MAL! Y NO TIENE JUSTIFICATIVOS, TUVIERON MUCHO TIEMPO PARA PENSAR COMO IMPLEMENTAR UN BUEN SERVICIO PERO POR LO VISTO NO HAY CEREBRO.
#56 ▾ Respuestas 1 Responder 6 4

Daniel_Vega69 · 04 Feb 2014 - 15:06
#69
no todos estamoss al pedo todo el diaa para andar perdiendo el tiempo con semejantess colass con el calor que hace pobress viejoss de que hablass esta tarjeta es el peor error que se fizoo en esta gobernacionn es un mama rrachoo total como puede ser que te pasess horass para cargar la tarjeta y encima de todo tenes que tener platitaa ya quee semejante cola minima tenes que cargar cien pesooss y los que tienen para el boleto ida y vueltaa como hacen para viajarr es una locura esto ahora si lo venderian como tarjeta telefonicaa y repartido en todoss los kioscoo te podria ser que funcione pero este metodo es totalmente un mamarracho#67
#70 ▾ Respuestas 1 Responder 5 14

Fuente: La Gaceta

Asimismo, las intervenciones de los foristas reflejan relajación ortográfica y gramatical. Lo que no implica, que en todos los casos haya un desconocimiento de la norma, sino una adaptación del contenido a las reglas de juego y a los mecanismos de construcción del soporte digital (ver imágenes 23 a 28).

Imagen 23. Puntuación múltiple/Ortografía excéntrica



#1

nelly - 04 Feb 2014 - 00:54

TOMÁ MATE!!!!!! para los que dicen que esto funciona a las mil maravillas....HAGANSE CARGO MANGA DE INOPERANTES !!!! que somos más lo que usamos esos servicios , que los que tienen 4x4 y autos alta gama,muchos perdieron presentismo,gastaron lo que no hay en taxi, y se vienen las clases .



#9

cancano - 04 Feb 2014 - 05:33

...francois rabelais, decia. CIENCIA SIN CONCIENCIA NO ES MAS QUE RUINA DEL ALMA ZURCIENDO Y REMENDANDO, VAMOS TIRANDO digo????.... que necesidad tenemos de flagelar mas a la gente, con innovaciones de las que no somos ni estamos acorde con la realidad, a la fecha somos una simple aldea, que en esta última decada entró en reversa...entonces .. ZURRA Y MAS ZURRA, HASTA QUE LA VARA SE QUIEBRE O CAIGA LA BURRA dejemos de pretender actualizarnos con tecnología "cero ", todo está mal hechooooo... y los cobayos son todos los usuariosssssssssss



#37

tigre_27160 - 04 Feb 2014 - 11:09

Me robaron la tarjeta, la perdi, son las 6 y 30 de la mañana, tengo que ir a trabajar, que hago!!!!!, me muero, llego tarde , pierdo el presentismo !!!!, no me dejan subir en el colectivo, no consigo un taxi...., PORQUE NO PUEDO PAGAR CON DINEROOOOOO !!!!!!



#75

Daniel_Vega69 - 04 Feb 2014 - 15:37

estoo es un verdadero fracaso como todas las tarjetass electronicass vas a tener que volver haccer colass cuando el aparito no la leaa que devido al uso diarioo sera seguidoo y sei le sumamoss que te hara como pacman de vez en cuando y te comera viajesss estamos en el horno y lo peor del caso que no podras llevar la cuenta de Isos viajess que te quedahnn si no es con el aparatitoo verguenzaaaa nacionalll

Fuente: La Gaceta

Imagen 24. Uso de mayúsculas para dar énfasis



cele_b · 04 Feb 2014 - 16:25

Acaba de surgirme una duda... con este nuevo sistema que funciona **A** **MEDIAS** me pregunta... supuestamente si me quedo sin saldo yo puedo pedirle amablemente a alguien pagarle el viaje y que pase su tarjeta por mi. Hasta ahí todo bien pero si cuando sube el inspector esa persona que me ayuda ya bajo de la unidad??? Como demuestro que si pague el viaje?? De **NINGUNA FORMA**. En Salta (al no ser de ahí) con unas amigas le pagamos 5 viajes a una mujer y ella pasa la tarjeta por todos **PERO** ahí te dan un **TICKET** por cada vez que pasas la tarjeta. (Problema resuelto)... pero bueno aca siempre vamos a medias y los perjudicados somos los usuarios... me parece muy buena opcion la tarjeta y entiendo que va a pasar un tiempo hasta que se normalice... pero de entrada aclararon que las maquinas **NO TE DAN UN COMPROBANTE**. Con lo **SIMPLE** que es!!! Si van a hacer las cosas que las hagan bien y completas!



Al Bedrio · 04 Feb 2014 - 22:22

#91 Una vez normalizada la distribución... tal vez. Pero ahora la gente se está quejando justamente de la **MALA DISTRIBUCIÓN** de las tarjetas.

#111

Responder

0

0

¶

Fuente: La Gaceta

Imagen 25. Onomatopeyas/Risa escrita



#33

Todoloveo · 04 Feb 2014 - 10:57

#31 Buena información y nota, fecha 22 DE AGOSTO DE 2013. Hoy? 4 DE FEBRERO DE 2014. Que hicieron durante todo este tiempo?. "Ah no sigamos como estamos, después total nos quejemos de los políticos o del que venga", muuy bien quien publico esto. a los que se quejan ahora, entren, lean esto y Shhhhhhhhhh!!!



#74

cancano · 04 Feb 2014 - 15:25

#44 ...no acepto propuestas desonestas...ahhhh jajaj joooooooooooooo

Responder

5

1

¶



#70

matiasrh84 · 04 Feb 2014 - 15:09

#67 el que puso el pulgar bajo debe estar haciendo cola para comprar la tarjeta ciudadana jejeje

Responder

1

9

¶

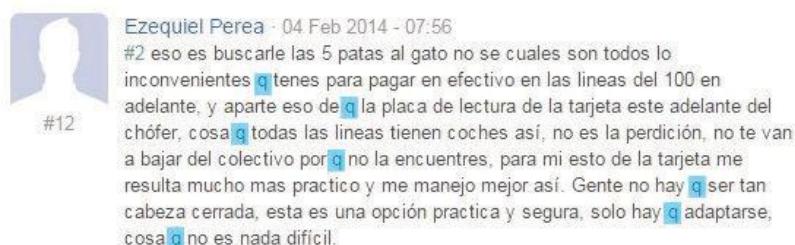
Fuente: La Gaceta

Imagen 26. Grafía fonética/Rasgos dialectales



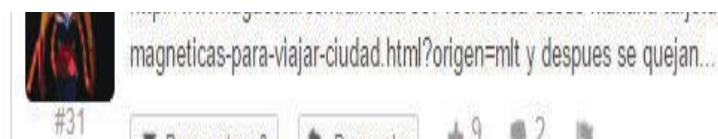
Fuente: *La Gaceta*

Imagen 27. Situaciones grafémicas, léxicas y alfanuméricas



Fuente: *La Gaceta*

Imagen 28. Citas mediante enlaces hipertextuales



Fuente: *La Gaceta*

Finalmente, en los comentarios registrados por los lectores en los espacios de participación de este cibermedio se impone como modo de organización discursiva de los enunciados, la argumentación y como macroactos de habla, aquellos relacionados con la discusión, la crítica, la denuncia, la protesta, la descalificación y el insulto.

Así, la conversación posee carácter polémico con diferentes posiciones argumentadas por los miembros de esta comunidad digital. A continuación, reproducimos algunos comentarios que visibilizan las opiniones sobre los causantes de la situación.

Algunos participantes consideran que ATOS, la empresa concesionaria del servicio, proveedora de los plásticos, es la principal responsable.

Imagen 29. Postura I del debate

 POBRE GENTE EN CALLE JUNIN PRIMERA CUADRA PARECE QUE ESTÁN EN CUBA HACIENDO COLAS PARA QUE LE DEN UNA RACIÓN DE COMIDA ,BAJO EL SOL EMBARAZADAS ANCIANOS ,DISCAPACITADOS IGUAL LOS HACEN HACER LA COLA, CON VEREDAS ANGOSTAS Y LA GENTE TIENE QUE BAJAR A LA CALLE PARA PODER CIRCULAR,EN LOS PUNTOS DE VENTAS NO HAY TARJETAS ,SALVO EN CALLE JUNIN
#40

 Al Bedrio - 04 Feb 2014 - 23:11
#30 Insensato que todo lo ve menos su propia insensatez. Un servicio PÚBLICO es para servir a la gente y no al revés. El problema aquí, que no hay manera de excusar, es el desabastecimiento de tarjetas, y la falta de logística mostrada por la empresa concesionaria. Ellos deberían indemnizar a los usuarios o al municipio por no cumplir con el compromiso que asumieron.
#114

 NO UTILIZO COLECTIVO PERO VEO COMO LA GENTE SE QUEJA, LA MALA DISTRIBUCION DE LAS TARJETAS, REALMENTE ES UNA VERGUENZA SIN PRECEDENTES QUE ESTA EMPRESA "ATOS" HA HECHO ESTE MAMARRACHO... NO SE PUEDEN LLENAR LA BOCA DICENDO QUE HAY 194 PUNTOS HABILITADOS PARA VENTA Y RECARGA CUANDO EN UNA CIUDAD SE NECESITAN 20 VECES MÁS PUNTOS HABILITADOS PARA TAL FIN, APARTE LA MAYORIA DE LOS EXPENDIOS DE TARJETAS ESTAN DENTRO DE LAS CUATRO AVENIDAS, Y EN LOS BARRIOS???? OTRO GRAN PROBLEMA ES LA MUY BAJA RENTABILIDAD PARA EL QUE LAS VENDE, TRABAJA COMO BURRO TODO EL DIA PARA GANAR DOS PESOS Y ENCIMA SE LE LLENA DE EFECTIVO EL NEGOCIO LO CUAL IMPLICA UN ALTO RIESGO CON LA INSEGURIDAD QUE SE VIVE A DIARIO. QUEDA BIEN EN CLARO QUE LOS UNICOS RESPONSABLES DE ESTE CAOS PARA CONSEGUIR LA TARJETA ES LA EMPRESA "ATOS" ENCARGADA DE HACER BIEN LA DISTRIBUCION Y NO LA HACE, LA GENTE ES DUEÑA DE COMPRAR SU TARJETA CUANDO QUIERA Y TODO DEBERIA ESTAR PERFECTAMENTE PREPARADO
#26

  13  6

Fuente: La Gaceta

Otros, creen que el empresariado del transporte es el actor social sobre quien recae la negligencia por el estado del servicio urbano de pasajero, detonante de todo el caos en el sistema.

Imagen 30. Postura II del debate



boedo · 04 Feb 2014 - 18:01

Son unos gatos con guantes blancos, ladrones, ladrones ni hablar los sindicalistas!!!!



claudio_A_38@hotmail.com · 04 Feb 2014 - 12:24

EL DUEÑO DE LA EMPRESA EL GALGO ESTA DICENDO TODO MENTIRA. NINGÚN KIOSCO TIENE TARJETA PARA VENDER ÚNICAMENTE TIENEN PARA CARGAR. NO SE PUEDE TENER A TODAS ESTAS GENTE PARA COMPRAR UNA TARJETA ELLOS YA TENIAS QUE PROVEER A TODOS LOS KIOSCO PARA VENDER ESO PLÁSTICO. TODOS LOS DE UTA Y LOS EMPRESARIOS ESTÁN HACIENDO LO MISMO QUE EL GOBIERNO DE MIRANDA CON TODAS LAS CUEVAS QUE PERTENECÍA AL GOBIERNO. Y USTEDES ESTÁN HACIENDO LO MISMO CON LA TARJETA . SON UNOS FARANTE ESTOS EMPRESARIOS . ELLOS NO LE IMPORTA A LA GENTE. LO ÚNICO QUE LE IMPORTA LA PLATA . PERO ELLOS NO VEN QUE GRACIAS A LA GENTE LE ESTÁN DANDO DE COMER A LOS EMPRESARIOS Y A LOS EMPLEADOS. SI NO FUERA DE LA GENTE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE NO EXISTIRÍA. Y ENCIMA ALGUNOS CHÓFERES LE DAN MAL TRATO A LA GENTE. , . LO ÚNICO QUE ESPERO QUE NO SUBA LOS BOLETOS POR QUE USTEDES NUNCA TIENEN PERDÍAS.....



robertmansoo · 04 Feb 2014 - 08:17

TODO ESTO ES UN ESTAFADO HOY NO TE DAN BOLETO NI UN TIKET Y OTRA TENES QUE MENDIGAR PARA QUE TE VENDAN ESA TARJETA HAY ABUELOS QUE PASAN POR LAS MAQUINAS DOS VECES LA TARJETA Y LOS EMPRESARIOS QUIEREN SUBIR EL BOLETO ME PREGUNTO QUE SERVICIO PRESTAN ELLOS COLECTIVOS EN MUY MAL ESTADO LOS DIAS DE LLUVIAS TENES QUE TENER UN PARAGUA EN EL INTERIOR DEL MISMO POR QUE LLUEVE MAS ADENTRO QUE AFUERA Y OTRA NO TIENEN AIRE ACONDICIONADO Y EL RECORRIDO NO ES MUY GRANDE COMO EN BUENOS AIRES PRESTEN UN BUEN SERVICIO Y SE DEJAN DE JODER

Fuente: La Gaceta

Asimismo, existe un considerable número de foristas que culpabilizan a los ciudadanos que “esperaron hasta último momento” para adquirir la tarjeta.

Imagen 31. Postura III del debate

 #67
 Señores ya lo comentaron.. hace una barida que tengo la tarjeta.. no tuve problemas para comprarla.. en el centro, el año pasado, había mucha gente que promocionaba la tarjeta y pocos la compraron.. cuando viajaba veía a la gente pagar con gospel o con plata y no entendía que estaban esperando para cambiar a la tarjeta.. avisaron el cambio y a nadie le importó.. lo prorrogaron 2 veces y siguieron comprando gospel.. ahora le hechan la culpa a la organización? naaaa, la gente está loca.. le gusta eso, hacer cola y dejar todo a ultimo momento..

 [Respuestas](#) 2 |  [Responder](#) |  14 |  8 | 

 #88
 Muchachos, por qué no compraron antes su tarjeta Ciudadana? Las tarjetas se venden desde antes de diciembre.

 #9
 todo a ultima hora...tengo la tarjeta desde que salio y funciona perfecto...

Fuente: La Gaceta

Hay quienes postulan que los funcionarios municipales, autoridades provinciales, e incluso el gobierno nacional es promotor y cómplice de la coyuntura en la que se encuentra el transporte público, con la problemática puntual de la tarjeta ciudadana.

Imagen 32. Postura IV del debate

 #88
 EL JUSTO - 04 Feb 2014 - 17:26
 un bodrio total , como pueden cobrar esta tarjeta, esto se debería entregar sin cargo a los usuarios, como puede haber tanta plata para los planes inventados por el gobierno y para conseguir una tarjeta de omnibus te tenes que comer 2 horas de cola y encima de eso pagarla.

 #9
 cancano - 04 Feb 2014 - 05:33
 ...francois rabelais, decia..jjjj CIENCIA SIN CONCIENCIA NO ES MAS QUE RUINA DEL ALMA jjjj..jjj ZURCIENDO Y REMENDANDO, VAMOS TIRANDO jjj....digo????...que necesidad tenemos de flagelar mas a la gente, con innovaciones de las que no somos ni estamos acorde con la realidad, a la fecha somos una simple aldea, que en esta última decada entró en reversa...entoces..jj ZURRA Y MAS ZURRA, HASTA QUE LA VARA SE QUIEBRE O CAIGA LA BURRA jjj..dejemos de pretender actualizarnos con tecnología "cero ", todo está mal hechooooo...y los cobayos son todos los usuariosssssssssss

 #2
 Fernando_Brenner - 04 Feb 2014 - 01:03
 Y NADIE DICE QUE PASA CON LAS LINEAS DEL 100 EN ADELANTE. NO RECIBEN TARJETA CIUDADANA Y SOLO QUEDA PAGAR CON EFECTIVO, CON TODOS LOS INCONVENIENTES QUE ELLO IMPLICA. UN VERDADERO RETROCESO. ADEMÁS ALGUNOS COLECTIVOS COMO LA LINEA 3 (TRES) POR EJ. COLOCAN LA PLACA DE LECTURA DE LA TARJETA ADELANTE DEL CHOFER EN VEZ DE ATRAS, CON LO QUE CONFUNDEN Y DIFICULTAN AL PASAJERO QUE INGRESA A LA UNIDAD. UN VERDADERO DESPROPOSITO. EL SISTEMA DE GOSPEL FUE EL MAS PRACTICO QUE SE IMPLEMENTO EN NUESTRA PROVINCIA, Y AHORA TENEMOS QUE LIDIAR CON OTRO CLARAMENTE INFERIOR. LO QUE FALLA EN NUESTROS FUNCIONARIOS ES EL CRITERIO, Y ADEMÁS NO ESCUCHAN LOS RECLAMOS DE LA POBLACION.

Fuente: La Gaceta

Por último, pueden localizarse perspectivas más conciliadoras que, si bien tienen una posición tomada respecto a quien le quepa la responsabilidad, buscan el consenso en el seno de la comunidad.

Imagen 33. Postura V del debate

Olivia Gaceta · 03/02/2014 · 11.2k
que la gente es vaga, es cierto , quedada..... mas y para muchas cosas
por eso estamos como estamos....pero si hay una población de x
personas(porque supongo que cuando idearon implementar este sistema
de tarjetas habrán evaluado eso), las tarjetas deberían estar disponibles
para cuando uno necesite comprarlas no solo para hace unos meses
atras...a ver si somos 10 y 5 compraron en el mes de noviembre y yo
porque se me dio la gana la compro ahora en febrero tiene que
haber.....es así de sencillo

#102 · 03/02/2014 · 10.2k
#72 #91 #92 Les invito q que aporten algo útil para la sociedad, en vez
de criticar solamente... Por eso estamos como estamos, por esta
intolerancia.. Seguramente uds. nunca hicieron nada a último
momento... Ojalá nunca tengan problemas con sus recargas, señores y
señoras :)

▼ Respuestas 2 | Responder | 4 2

Fuente: La Gaceta

De esta forma, la cadena de comentarios que generan esta conversación se convierten en una singular interacción donde suelen producirse repentinos estallidos de euforia, enojos y ofensas que a veces son controlados por los mismos participantes o por quienes administran el foro, pero donde, a pesar de ello, se evidencian situaciones de argumentación digital.

4. CONCLUSIONES

Las prácticas discursivas periodísticas de la cibercultura han revolucionado los modos de participación a través de nuevos formatos y géneros. En ellas, la expresión de las ideas se materializa en los comentarios digitales, espacio dedicado a generar el intercambio de opiniones entre los usuarios, entre estos y el periodista que publica la

noticia, en tanto representante del medio, y entre los lectores y la información del periódico. Es decir, las tecnologías digitales han modificado los procesos de interacción en nuestra sociedad. El comentario, uno de sus géneros, es empleado por los cibermedios para incentivar la participación ciudadana, dotar de una nueva fisonomía a la información presentada y fidelizar la audiencia, y por los internautas, como espacio discursivo propicio para canalizar argumentos y representaciones colectivas sobre diferentes aristas de problemática sociales, construidas discursivamente desde el ecosistema comunicativo.

En efecto, posee y desarrolla rasgos característicos de las nuevas formas de interacción, privativas del soporte digital. Ofrece al usuario capacidad interactiva multimodal para intervenir en la construcción reflexiva de la realidad, en el curso de un diálogo permanente con los demás miembros de la comunidad a la que se adscribe.

Es preciso indicar que, desde la perspectiva genérico-discursiva, objeto de este artículo, hemos constatado, en la actualidad, un cambio en su fisonomía que se relaciona con ciertas modificaciones en términos de prácticas sociales: el foro de discusión de los sitios de noticias de comienzos del siglo XXI ha evolucionado hasta convertirse en el comentario digital de los periódicos en línea de nuestros días, al amparo de los procesos de mutación formal que propicia el ciberespacio. De igual manera, los temas que los medios colocaban en sus agendas han variado, condicionados por factores coyunturales de los contextos locales.

Así, la opinión de muchos lectores de la prensa digital en Tucumán se patentiza en los comentarios del diario *La Gaceta*. El estudio de caso realizado nos ha permitido radiografiar el tipo de participación ciudadana presente en el medio y debatir sobre su pertinencia para el ejercicio democrático.

En este sentido, comprobamos que, en líneas generales, los usuarios del sitio se ajustan al tópico desarrollado por el texto periodístico. A menudo, efectúan una sola intervención, hecho que origina la fragmentación del hilo argumental del debate que suele polarizarse y conducir, indefectiblemente, a la radicalización de las posturas y a la transgresión de las normas de convivencia de la comunidad. No obstante, como

pudimos observar, existen también lectores que asumen posiciones conciliadoras que intentan contagiar a los restantes miembros del foro para reencausar la discusión hacia escenarios de participación activa y crítica, pluralismo de opiniones, respeto por las diferencias y tolerancia político-ideológica.

De ahí que aseveramos que el comentario digital representa una inestimable herramienta no solo de información y comunicación, sino también de conocimiento social, pues actúa como barómetro del pulso democrático de una comunidad concreta.

5. BIBLIOGRAFÍA

Acebedo Restrepo, J.C. (2013). “El insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana”, en *Signo y Pensamiento* 62 (32), 48-63, [<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v32n62/v32n62a04.pdf>].

Alcaraz Varó, E. (2000). *El inglés profesional y académico*. Madrid, Alianza editorial.

Arancibia Aguilera, M.C. y Montecino Soto, L.A. (2013). “El blog de comentarios a textos de opinión en ciberperiódicos: un género en constante reconstrucción”, en *Literatura y Lingüística*, 28, 123-148, [<http://www.scielo.cl/pdf/lyl/n28/art08.pdf>].

Aristóteles (1990). *Retórica*. Madrid, Gredos.

Austin, J. (1981). *Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona, Paidós.

Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. México, Siglo XXI.

Bolívar, A. (1994). “The Structure of Newspaper Editorials”, en M. Coulthard (ed.), *Advances in Written Texts Analysis*. Londres, Routledge, 276-294.

Briz Gómez, A. (1996). *El español coloquial: situación y uso*. Madrid, Arco/Libros.

Briz Gómez, A. (2014). “Hablar electrónicamente por escrito”, en *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies*, 1, 77-89, [https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/255/243].

Cebrián Herreros, M. (2009). “Comunicación interactiva en los cibermedios”, en *Comunicar*, 17 (33), 15-24, [http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-001].

Cervera Rodríguez, Á. (2001). “La irrupción del coloquialismo en Internet y las nuevas tecnologías”, en *Actas del II Congreso Internacional de la Lengua Española*. Valladolid, RAE, [http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/nuevas_fronteras_del_esp_anol/4_lengua_y_escritura/cervera_a.htm].

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona, Gedisa.

Dandrea, F.D. (2009). “Periódicos digitales: participar y agredir en foros de debate. Un abordaje desde la pragmática sociocultural”, en *Actas del IV Congreso de la CiberSociedad: Crisis analógica, futuro digital*, [http://www.cibersociedad.net/congres2009/actes/html/com_periodicos-digitales-participar-y-agredir-en-foros-de-debate-un-abordaje-desde-la-pragmatica-sociocultural_461.html].

Dandrea, F.D. (2010). “Foros de debate en periódicos digitales: la descortesía de fustigación como tipo predominante en la interacción”, en V.M. Castel y L. Cubo de Severino (eds.), *La renovación de la palabra en el bicentenario de la Argentina. Los colores de la mirada lingüística*. Mendoza, Editorial FFyL, UNCuyo. 421-427.

Dandrea, F.D. (2012). “Descortesía en foros de debate: la agresividad verbal como parte del contexto sociocultural”, en E.M. Rojas Mayer (coord.), *Léxico e interculturalidad: nuevas perspectivas*. San Miguel de Tucumán, Insil, FFyL, UNT, 379-390.

Díaz Pérez, J.C. (2012). *Pragmalingüística del disfemismo y la descortesía. Los actos de habla hostiles en los medios de comunicación virtual*. Madrid, Universidad Carlos III de Madrid, [<http://hdl.handle.net/10016/15682>].

Franckenber, L. (2015). “Interactividad y democracia deliberative en el periodismo digital en México”, en *Comunicación y Sociedad*, 23, 97-123, [<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/65/98>].

Fenoll, V. (2015). “El trol de Internet. Estrategias de los usuarios para controlar el diálogo en los medios digitales durante el juicio de Francisco Camps”, en *Dígitos*, 1, 179-197, [<http://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/viewFile/9/9>].

Fuchs, C. (1994). *Paraphrase et énonciation*. París, Ophrys.

Fuentes Rodríguez, C. y Alcaide Lara, E.R. (2008). *(Des)cortesía, agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*. Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía.

Giammatteo, M. y Albano, H. (2009). “El español en Internet: una mirada a su evolución en los fotologs”, en *Revista Digital Universitaria*, 3, 1-17.

González Reyna, M.S. (2013). “El enfoque interdisciplinario en los estudios del discurso”, en *Desacatos*, 43, 101-108.

Haidar, J. (2000). “El poder y la magia de la palabra. El campo del análisis del discurso”, en N. del Río Lugo (coord.), *La producción textual del discurso científico*. México, UAM-X., 33-66.

Laborda Gil, X. (2004). “Foros virtuales, ética lingüística y aspectos legales”, en *Revista de Educación a Distancia*, 12, 1-28, [<https://www.um.es/ead/red/12/laborda.pdf>].

López Ireta, L. y González Arias, C. (2013). “Las expresiones agresivas en los comentarios de los usuarios de blogs periodísticos: un análisis por medio de la teoría de

la valoración”, en *Tonos Digital*, 24, [http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/viewArticle/899].

López-González, H. y Guerrero-Solé, F. (2014). “Moderación de la conversación en medios online. El caso del diario Marca”, en *El profesional de la información*, 23 (1), 51-58, [http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2014.ene.06/17172].

Maingueneau, D. (2003). *Términos clave del análisis del discurso*. Buenos Aires, Nueva visión.

Mancera Rueda, A. (2009). “Manifestaciones de (Des)cortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles”, en *Revista iberoamericana de discurso y sociedad*, 3 (3), 437-466, [http://www.dissoc.org/ediciones/v03n03/DS3%283%29Mancera.pdf].

Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2014). “Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador”, en *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro, Janus, Anexo 1*, 305-315, [http://www.janusdigital.es/anexos/contribucion/descargar.htm?id=28]

Martínez Rodríguez, L. (2005). “La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la Red”, en G. López García (ed.), *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València. 269-332.

Montecino Soto, L.A. y Arancibia Aguilera, M.C. (2015). “Recursos de valoración en comentarios de blogs de ciberperiódicos chilenos: representaciones discursivas sobre crecimiento, desigualdad y justicia social”, en *Boletín de Filología*, 50 (2), 77-101, [http://www.boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/viewFile/38868/40517].

Moya Muñoz, P. (2015). “Los comentarios de los usuarios en la prensa digital: una propuesta para su estudio desde el discurso mediado por ordenador y los estudios periodísticos”, en *Caráteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 4 (1),

pp. 178-199, [<http://revistacaracteres.net/revista/vol4n1mayo2015/comentarios-usuarios/>].

Noblía, M.V. (2015). “Un pacto de mutua agresión: la negociación de la imagen y el rol de la audiencia en los diarios digitales”, en *Textos en Proceso*, 1, 16-49, [DOI: 10.17710/tep.2015.1.1.2nob].

Oesterreicher, W. (1996). “Lo hablado en lo escrito. Reflexiones metodológicas y aproximación a una tipología”, en Th. Kotschi, W. Oesterreicher y K. Zimmermann (eds), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*. Madrid/Frankfurt, Vervuet-Iberoamericana, 317-339.

Pano Alamán, A. (2008). “Estrategias comunicativas y lingüísticas en listas y foros de debate en Internet”, en *Círculo de Lingüística aplicada a la Comunicación*, 33, 28-44, [<http://www.ucm.es/info/circulo/no33/pano.pdf>].

Pano Alamán, A. (2014). “Fronteras abiertas entre lo escrito y lo oral: la cita en los comentarios a las noticias en la prensa digital”, en M.V. Calvi; A. Cancellier y E. Liverani (eds.), *Frontiere: soglie e interazioni. I linguaggi ispanici nella tradizione e nella contemporaneità, Volume II Lingua*. Trento, Quaderni del Dipartimento di Lettere e Filosofia, Coll. Labirinti, 295-311.

Pano Alamán, A. y Moya Muñoz, P. (2015). “CorpusRedEs. Proyecto de creación y anotación de un corpus de comunicación mediada por ordenador en español”, en *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies*, 2, 117-129, [<https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/1042/2931>].

Pano Alamán, A. y Moya Muñoz, P. (2016). “Una aproximación a los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua española”, en *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 30, 1-30, [<http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1434/834>].

Pardo Gil, M.L y Noblía, M.V. (2015). “Ni diálogo ni debate: la voz de la audiencia en los comentarios digitales sobre la pobreza”, en *ALED, Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 15 (2), 117-137.

Perales-García, C. (2014). “Análisis de los comentarios de los usuarios en la prensa española en el debate de ‘Ley Wert’”, en *Historia y Comunicación Social*, 19, 507-521, [<http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45045>].

Pinkus, N. (2003). *Análisis del tratamiento discursivo de las minorías sexuales en la cobertura periodística de los diarios nacionales argentinos*. [Tesis de maestría inédita]. Buenos Aires, Universidad de San Andrés.

Raimondo Anselmino, N. (2012). “Un repaso por los estudios sobre la prensa on-line en el ámbito académico nacional”, en *Question*, 1 (33), 235-248, [<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1355/1223>].

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. [<http://lema.rae.es/drae/>].

Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona, Gedisa.

Roig, G. (2006). “¿Por qué un ‘medio alternativo’ es un medio alternativo?”, en *Nodo 50*. [http://www.nodo50.org/lecturas/html/medios_alternativos.html].

Ruiz, C.; Masip, P.; Micó, J.L.; Díaz-Noci, J. y Domingo, D. (2010). “Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana”, en *Comunicación y sociedad*, 23 (2), 7-39, [http://www.unav.es/fcom/communication-society/descarga_doc.php?art_id=360].

Sal Paz, J.C. (2007). “Rasgos de oralidad en los foros de discusión de la prensa digital: el caso de La Gaceta On Line”, en L. Granato y M. L. Móccero (comps.), *Actas del III*

Coloquio Argentino de la IADA (International Association for Dialogue Analysis)
“Diálogo y Contexto”. La Plata, Universidad Nacional de La Plata. 555-570.

Sal Paz, J.C. (2013). “Comentario digital: género modular de las prácticas discursivas de la cibercultura”, en *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2 (2), 152-172, [http://revistacaracteres.net/revista/vol2n2noviembre2013/comentario-digital/].

Sal Paz, J.C. y Maldonado, S.D. (2013). “Delimitación y alcances de la voz comunidad en el marco de los estudios del discurso”, en *Forma y Función*, 26 (1), 111-140, [http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/formayfuncion/article/view/41417/43908].

Sánchez González, M. y Alonso Ruiz, J. (2012). “Propuesta metodológica para el análisis de las tecnologías de participación en cibermedios”, en *Revista Latina de comunicación social*, 67 (2), 148-168, [http://www.revistalatinacs.org/067/art/951_Malaga/RLCS_art951.pdf].

Tabachnik, S. (2008a). “Mutaciones de los géneros discursivos en el entorno virtual”, en *Anuario de investigación*. México, UAM-X, 703-718, [http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/328-4675ton.pdf].

Tabachnik, S. (2008b). “Anonimato, enunciación y verdad en las comunidades virtuales. Cosas dichas entre lo público y lo privado”, en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 5, 26-35, [http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r5/art_02.pdf].

Tannen, D. (1982). “The Oral/Literate Continuum in Discourse”, en D. Tannen (ed.), *Spoken and written language: Exploring Orality and Literacy*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation, 1-16.

Torres i Vilatarsana, M. (2003). “La llengua catalana en la comunicació a Internet: qüestió de codis”, en *Llengua i ús, Revista Tècnica de Política Lingüística*, 26, 77-82, [http://www.raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/128139/177493].

Van Dijk, T.A. (1985). *Handbook of Discourse Analysis*. Londres, Academic Press.

Vela Delfa, C. (2014). “Estrategias de construcción y mantenimiento de la imagen pública en canales de chat”, en *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 63, 1-28, [<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/cvela1.pdf>].

Vela Delfa, C. y Cantamutto, L. (2015). “Problemas de recogida y fijación de muestras del discurso digital”, en *CHIMERA. Romance Corpora and Linguistic Studies*, 2, 131-155, [<https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/1189/2963>].

Verón, E. (2004). Fragmentos de un tejido. Barcelo, Gedisa.

Yus Ramos, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona, Ariel.

* * *

Julio César Sal Paz es doctor en Letras, orientación lingüística. Profesor Adjunto de las cátedras “Metodología de la Investigación Lingüística” y “Análisis del Discurso” en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Investigador Adjunto del CONICET. Sus líneas de investigación son el Análisis del discurso digital y el estudio de las TIC aplicado a la enseñanza del español como lengua materna y extranjera.