**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

DC | DOCTORADO EN
COMUNICACIÓN

Trabajo para optar al título de doctora en Comunicación Social

**LA PRODUCCIÓN DE REVISTAS DIGITALES DE PERIODISMO LITERARIO
Y LA REPRESENTACIÓN DEL LECTOR EN ARGENTINA**

Autora: Mg. Celina Salvatierra (UNPSJB)

Director: Dr. Alejandro Rost (UNCOMA)

Codirectora: Mg. Marta Pilar Bianchi (UNPSJB-UNPA-UACO)

Agradecimientos	4
CAPÍTULO 1. Presentación	5
Problema	6
Objetivos	8
Fundamentación	9
Estado del arte	11
La investigación de medios digitales	12
Otros aportes	15
Periodismo literario digital	16
Abordajes metodológicos en la investigación de periodismo literario	20
CAPÍTULO 2. Del objeto de estudio: mapeo general de revistas en la web	23
Las revistas especializadas y sus lectores	27
El segmento de periodismo narrativo o literario	31
Publicaciones seleccionadas	35
1) <i>Anfibia</i>	36
2) <i>Tucumán Zeta</i>	41
3) <i>Último Round</i>	44
4) <i>Ajo</i>	47
5) <i>Deodoro</i> (UNC)	53
6) <i>Telaraña Digital</i>	56
7) <i>Escritura Crónica</i>	59
8) <i>Islandia</i>	62
9) <i>Big Sur</i>	65
CAPÍTULO 3. Referencias teóricas	69
Diálogos sobre el macrogénero narrativo	71
Qué es la crónica según los manuales	73
¿Crónica o reportaje?	74
La crónica en la web	76
La entrevista	78
El perfil	81
El ensayo periodístico	83
El documental	86
La escritura en Internet	89
La noticia como institución social	92
Las rutinas	96
El temario	98
La organización periodística	100
Categorías provisorias: Periodismo literario digital (PLD) y lector	102
El lector en el proceso de producción	103
Antecedentes del concepto de lector	104
CAPÍTULO 4. Metodología	107

Delimitación del período, conformación del corpus y de la muestra	109
Entrevistas en profundidad semiestructuradas	110
Guía de categorías para las entrevistas	111
Muestreo	113
Apuntes sobre el diseño y la toma de decisiones en la TF.	115
Sobre el método comparativo constante (MCC)	116
Codificación abierta	117
Conceptos preexistentes y emergentes	118
Camino a la codificación axial	121
Relación entre pregunta de investigación, objetivos y categorías principales	122
Relaciones entre categorías, conceptos y citas (datos)	123
Coocurrencia de códigos	124
Lector	135
CAPÍTULO 5. Saturación de la muestra	140
Codificación axial	155
Árbol de categorías (matriz de datos cualitativa)	156
CAPÍTULO 6. Delimitaciones conceptuales	163
1. Contextos	163
2. Medios de comunicación	165
3. Tipos de periodismo	172
a. Periodismo narrativo	173
b. Periodismo de investigación	175
c. Periodismo experiencial o Gonzo	175
d. Periodismo etnográfico	176
e. Periodismo interpretativo	177
4. Soporte	179
5. Periodismo Literario Digital (PLD)	182
a. Revistas	184
b. Nombre y marca	184
c. Estilo	191
d. Causas de creación/fin de la revista	196
e. Contenido local	200
6. Criterios editoriales generales	202
7. Staff-colaboradores	209
8. Redacción física u online	211
Criterios editoriales para la escritura	211
9. Tipos de actualidad	213
10. Géneros	216
<i>Características de los géneros utilizados</i>	217
Entrevista	224
Perfil	227
El ensayo y el documental	230

Editorial	231
11. Criterios de escritura:	234
La extensión de los textos	234
Referencias de los entrevistados a la extensión	239
Segmentos o subtítulos	242
Citas	244
Descripciones	245
Diálogos	249
Fuentes	251
Creación de escenas y objetos de la narración	257
Personajes	260
Autorreferencialidad (uso de la primera persona del singular)	264
Conflicto y singularidad	270
Trama	274
Territorios	276
El territorio geográfico	277
12. Recursos digitales	282
13. Fotografía	288
14. Diseño magazine	302
15. Financiamiento	305
16. Temario	314
17. Lector	322
El lector enunciado	322
El lector en los textos	333
El lector desde los comentarios	337
Relevamiento de comentarios en las webs estudiadas	338
Tipos de comentarios	339
Conversaciones	352
CAPÍTULO 7. Reintegración conceptual	357
Guion y esquema de reintegración conceptual	358
Esquema de relaciones, PLD y lector.	361
CAPÍTULO 8. Conclusiones	361
Reposicionar al lector	369
CAPÍTULO 9. Reflexiones finales sobre el uso de la Teoría Fundamentada en los datos (TF)	371
BIBLIOGRAFÍA	375
ANEXOS (UH Atlas.ti)	387

Agradecimientos

Es un honor que Alejandro Rost haya aceptado dirigir esta tesis. En virtud del acompañamiento constante en cada etapa de este proceso de investigación, pero también por su calidad profesional y humana quiero expresar un sincero agradecimiento.

A Marta Bianchi, quien orientó la toma de decisiones metodológicas y dedicó tiempo al intercambio con generosidad, participando también en mi formación como docente. ¡Gracias!

También quiero agradecer a Luis Sandoval y a Sebastián Sayago quienes contribuyeron a problematizar aspectos puntuales de la presente investigación. En especial a Luis por permitirme aprender de su labor como docente e investigador.

A los periodistas, editores y cronistas que compartieron sus saberes sin poner reparos, que me brindaron su tiempo y describieron con honestidad intelectual sus propias prácticas.

¡Gracias por su disposición!

A la educación pública, laica, gratuita y diversa. A mis estudiantes y tesistas.

A mis compañeros del Grupo de trabajo sobre internet tecnología y cultura.

A mis afectos.

Gracias por lo que aprendo de ustedes día a día.

Lxs otrxs todxs, que nosotrxs somos.

CAPÍTULO 1. Presentación

Sí, porque allí donde otro periodismo golpea la mesa con un puño y dice qué barbaridad, el periodismo narrativo toma el riesgo de la duda, pinta sus matices, dice no hay malo sin bueno, dice no hay bueno sin malo.

Leila Guerriero. Zona de obras.

Este trabajo investiga el fenómeno de la producción de revistas digitales especializadas de periodismo literario, durante el periodo 2012-2016, en Argentina. Los lugares en los que surgieron estas experiencias fueron Buenos Aires capital, pero también en conurbano y Mar del Plata, Entre Ríos, Tucumán, Córdoba y Chubut. El período de estudio se asocia a preguntas en torno al grado de la institucionalización de la crónica digital, considerando tanto procesos de migración del papel a la web como la creación de nuevos proyectos digitales. En específico, los principales interrogantes estuvieron asociados al lector construido individual y colectivamente como representación, en torno a estos procesos. Precisamente, nuestra sospecha tiene que ver con que la idea de lector emerge en distintos momentos y fases del proceso de producción, por lo que ese imaginario se ve reflejado indefectiblemente en el producto final de distintas maneras.

La selección de estas organizaciones periodísticas se relaciona a su lugar y momento fundante y a las actualizaciones que colaboraron con la reinvención de un género que se ocupa de las historias con las que se narra el territorio. También se repara en el estilo y en las marcas del lector que se asocian a cuáles son los criterios para el uso de fuentes (la concepción de un lector ciudadano). Tenemos en cuenta la administración de recursos en función de la organización periodística deseada – (que busca ser un medio de segunda lectura); las decisiones que hacen al diseño y presentación de los textos, y algunos aspectos de la interactividad, como la apertura o cierre de comentarios. De un modo u otro, las articulaciones posibles siempre nos llevaron al lector. En este punto, nos referimos a un lector que no equivale a los destinatarios y destinatarias, siendo una distinción que trabajaremos más adelante en un apartado específico.

Investigar el proceso de producción de crónicas digitales implicó considerar cada momento, sin dejar de tener en cuenta la influencia de los contextos en la toma de decisiones. Teniendo como paso de investigación relevar elementos que tienen en común las revistas encontramos que el diálogo es condición de existencia. El intercambio con dicho contexto y con otras agendas a partir

de un temario crítico de los medios en general y de instancias de poder que resultan clave para entender un momento histórico.

Las revistas digitales especializadas buscan el contraste a partir de un reporte de semanas y meses, con tratamientos que equilibran el uso de fuentes testimoniales y profesionales con las oficiales y con el despliegue de otros modos de contar. Se trata de medios de comunicación que presentan distintas formas de organización y que cuentan con otros recursos y diferentes estrategias de financiamiento. Gracias al soporte digital, y ante el hecho de que es posible acceder a información de primera mano desde múltiples posibilidades, el propósito inicial de esta práctica periodística es brindar claves de conocimiento e interpretación desde sus tramas, sumando rasgos de la tradición periodística investigativa, ensayística, etnográfica e interpretativa.

Los periodistas especializados imaginan y debaten en torno a sus lectores, están atentos a mediciones y comienzan a abrirse a algunas devoluciones en relación con su trabajo. No obstante, también los piensan a partir de sus propias experiencias identitarias, y así establecen la medida del gusto por ciertos géneros, las ventajas en relación con otros, la forma en la que presentan la información y otras diferencias.

En la primera parte de este trabajo desarrollamos aquello que pone en evidencia la etapa proyectiva del proceso de investigación: el problema, los objetivos, la fundamentación. Luego traemos a colación a las voces académicas que han hecho aportes al estudio de la producción periodística y presentamos un marco de referencia sobre la temática en cuestión, haciendo hincapié en un apartado final que distingue lector de destinatario.

En lo que hace a aspectos metodológicos, se busca pensar desde los casos en rasgos principales, en recurrencias y en diferencias para el establecimiento de relaciones conceptuales entre categorías principales. Desde el diseño, este estudio se apoya en los postulados de la Teoría Fundamentada en los Datos, pero lejos está de intentar aplicar dicho método sin formular una crítica a sus alcances y limitaciones.

Siendo un hecho cultural y comunicacional, las revistas son la prueba de un diálogo del periodismo especializado con su tiempo en la reivindicación de los valores de la profesión. En pleno ejercicio, estos medios producen un ideal sobre quienes los leen como impronta determinante en su relación comunicativa.

Problema

Esta investigación considera importante la producción de conocimiento en torno a los medios digitales especializados en Argentina, entre 2012 y 2016, entendiendo que todas las

aproximaciones posibles resultan útiles para reflexionar acerca de las formas que adopta el periodismo en nuestro contexto social y cultural. Nuestra perspectiva contempla la producción de forma exclusiva, abarcando aspectos principales de dicha instancia, sumando diversidad de componentes de ese proceso para definirlos y ponerlos en relación. Ante esto, el problema de investigación incluye relevar los sentidos que se ponen en juego en la producción de revistas digitales, caracterizar y analizar los momentos de la producción en relación con las representaciones del lector. Dicha categoría (lector) en un principio se presenta como interrogante y se constituye como parte del problema inicial. Nos preguntamos también si es posible articular esa noción con las demás y el grado de importancia que presenta para indagar las prácticas que diferencian un medio y un producto periodístico de otros.

Objetivos

General

Analizar los rasgos principales de la producción del periodismo literario y/o especializado en soporte digital en Argentina durante el período 2012-2016, haciendo hincapié en la significación de dichas prácticas y en la construcción de la figura del lector¹

Específicos

Analizar el fenómeno de la producción de las revistas digitales de periodismo literario en relación con el sentido que los sujetos involucrados atribuyen a sus prácticas comunicacionales y a sus contextos

Establecer cómo se construye una representación del lector de estos productos y su relación con otros aspectos significativos de la producción

Relevar estrategias narrativas de elaboración de las crónicas, entrevistas, ensayos y perfiles y establecer cómo se articulan con los demás componentes del proceso

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los rasgos principales del periodismo literario digital (PLD) y cómo se construye e integra al proceso de producción la figura del lector?

¹La categoría lectora aquí hace referencia al posicionamiento que presentamos en el Capítulo 3, subtítulo *El lector en el proceso de producción*.

Fundamentación

Consideramos que el abordaje de la producción especializada permite distinguir tanto a las prácticas y a las organizaciones periodísticas como a los productos mediáticos que coexisten en Internet y que compiten por la atención de los lectores.

Ya a fines de la década de los 90, Mirta Varela señaló que volver a investigar esta instancia del proceso comunicativo (después del auge de los estudios de recepción), implicaba no dejar el cambio social en manos (exclusivas) de los receptores, para volver a observar los procesos comunicativos en su calidad de lugar de poder (Varela, 1999). Al respecto, Fuentes Navarro (2015) sostiene que la revolución de enfatizar la recepción en lugar de la emisión ya pasó -incluso cita un texto inédito de Guillermo Orozco Gómez, referente de los estudios de recepción-, dado que, en cambio, propone terminar de romper el esquema lineal con el que se pensó a la comunicación para explicarla. Así emisión y recepción no se sostienen como términos, sobre todo para estudiar la comunicación en las pantallas múltiples e interconectadas (Fuentes Navarro, 2015, p.114).

Más allá de que no es propósito de este trabajo profundizar en el debate en torno al modo en el que se construyen los objetos de investigación en nuestro campo disciplinar, nos interesa estudiar y reflexionar sobre los medios y sus productos en tanto dimensión práctica de la comunicación, dado que la relación de estas revistas con sus contextos y sus lectores es central para pensar otros esquemas quizá más sencillos, pero con mayor capacidad interpretativa. Queremos así reconocer aspectos profesionales y estratégicos de quienes están al frente de estos proyectos, entendiendo que sus lectores (sean vistos como pasivos o activos) son en definitiva ciudadanos agentes de un proceso de participación y producción de sentido.

También tenemos en cuenta que la institución “noticia” sobre la que se teorizó en el pasado y el mito del periodismo generalista como democratizador se resquebrajaron, y junto con esto, la práctica se aleja de ser garante de determinados procesos históricos y sociales. Pareciera entonces que el cambio social, si pensamos en la producción de información y en la cita de Varela (1999), tiene más que ver con experiencias como las que se estudian en esta investigación, es decir, con ciertos proyectos instituyentes, más cercanos a la reflexión sobre la propia tarea y al resguardo de expectativas ciudadanas.

Mientras tanto -aunque estas publicaciones han crecido en número y progresivamente en cantidad de seguidores-, los medios digitales más visitados, más utilizados, son los de los principales grupos; o sea que hay una réplica, un panorama de concentración de audiencias y no sólo de la propiedad (Martín Becerra citado en Comba y Toledo, 2014, p. 155).

Además, en la actualidad predominan otros modos de acceso a la información: las plataformas sociales son las principales puertas de ingreso a las noticias, y las agendas también están siendo erosionadas ante este fenómeno. En este contexto, las revistas especializadas deben disputar lectores (cada vez más activamente) para sus propios productos y diferenciarlos, en virtud de que la prensa generalista también escribe contenidos relacionados al análisis cultural y a la crónica. Son ejemplo artículos y secciones en los diarios *Clarín* o *La Nación*, a pesar de que -tal como señalan algunos cronistas reconocidos-, ha habido una considerable disminución del espacio para publicación del género narrativo en la región².

El mismo contexto habla de no pocas dificultades que el soporte digital impone a quienes han querido financiar sus propios proyectos. Datos disponibles³ permiten considerar un panorama de medios digitales generalistas y especializados en América latina en relación con estrategias de financiamiento. Estas son 1) pauta publicitaria, 2) suscripción, 3) apoyo de universidades, 4) apoyo de donantes internacionales, 5) apoyo de grupos empresariales, 6) franquicia, y 7) corresponde a los que no tienen modelo alguno.

En la mayoría de los casos, las organizaciones periodísticas lanzan sus propuestas sin tener en claro cómo las van a sustentar, y luego, necesitan combinar tres o más estrategias de las detalladas. Además, siete de cada diez medios (sobre 34 del total de la muestra) se creó entre 2010 y 2014. Solo un 30% ofrece contenido propio, mientras que el resto realiza curaduría y utiliza material de agencias. También resulta llamativo que el 76% de los productos comunicacionales es responsivo sólo en términos de lectura legible, el 9% tiene un diseño totalmente responsivo y el 15% no hizo cambios para adaptarse a tecnologías móviles. Precisamente en 2014, los celulares pasaron a ser el principal dispositivo de lectura de noticias, siendo el diseño responsivo todo un reto en general dado que cambió la estructura en la que se brindó información y, en consecuencia, suscitó la pérdida de posiciones publicitarias (Cerezo, 2016, pág. 6-11).

²Se hace referencia a productos tales como *Mundos íntimos*, del diario *Clarín* y *ADN* de *La Nación*.

³Informe realizado en 2016 por Jordy Meléndez Yúdico, con una muestra de 34 medios digitales de periodismo en la región.

Se nos ocurre entonces que caracterizar estos proyectos permite conocer cuáles son las variaciones posibles al periodismo de las principales cabeceras, en virtud del escenario que esbozamos. Lo que sabemos es que, si los generalistas siguen siendo los más visitados, estos otros medios proponen contenido diferenciado: textos de larga extensión, claves de interpretación de temas diversos, historias contadas de otro modo, las cuáles parecieran estar más cerca (humana y geográficamente hablando) a los destinatarios.

En lo que respecta a los lectores de revistas culturales en Argentina, el 58% de las visitas a páginas web tiene como origen a las redes sociales -dato que coincide con el informe de Cerezo (2016)-, el 25% proviene de buscadores y sólo un 14% está fidelizado mientras que el 3% llega a través del correo electrónico⁴. La misma organización midió en 2016 que los proyectos digitales generan un promedio de seis o siete puestos laborales cada uno.

El secretario de fortalecimiento interno de la asociación, Gustavo Zanella, dedica un capítulo en *Editar sin patrón* (2017) al relevamiento de las estrategias de financiamiento de las asociadas de ARECIA y hace hincapié en la diversidad de propuestas. Detalla desde actividades como las fiestas, los cursos y talleres, la publicación y venta de ediciones de papel o especiales, el financiamiento colectivo –*crowdfunding*–, financiamiento colectivo restringido (*donación de dinero*), hasta el aporte de quienes conforman el pequeño grupo de editores o de trabajo permanente. Añade subsidios, concursos, préstamos; publicidad en distintas modalidades y la venta a lectores, que funciona de manera más concreta para las ediciones de papel.

Zanella (2017) explica en el mismo marco que quienes hacen las revistas son editores con vocación, lo que implica que sostienen sus medios con esfuerzo personal y creatividad en contraposición a lo que puede esperarse de otro tipo de experiencias mediáticas que responden a otras racionalidades. A la vez, (en una entrevista que realizamos como modo de aproximación al tema de este trabajo), el referente de ARECIA mencionó que las carreras de Comunicación Social y periodismo no brindan las herramientas suficientes para conocimiento de la labor del editor o la de emprendedor de medios, a pesar de las transformaciones por las que atraviesa la profesión, comenzando por la fusión de esos dos roles.

Es por todo lo anterior que, al pensar los procesos, medios y productos que nos interesan, creemos pertinente su investigación.

Estado del arte

⁴La fuente es el censo anual de la *Asociación de Revistas Culturales de Argentina* (ARECIA), que es de carácter voluntario entre sus asociadas.

La investigación de medios digitales

Para iniciar un itinerario posible, queremos mencionar el trabajo de recopilación de Raimondo Anselmino (2012) quien al comienzo de esta década realizó una síntesis en relación a cuáles habían sido las preguntas que se formularon en el marco de los estudios de periodismo y comunicación en relación con los medios digitales. Así encontró que las producciones construían tres tipos de objetos de investigación: las características de los nuevos formatos digitales mediáticos, las alternaciones en torno al proceso de producción de las noticias en el marco de rutinas productivas, y el vínculo entre estos medios y sus lectores. De estas tres vertientes, la última era la que tenía menos contribuciones e incluso era vista por Raimondo Anselmino como aquella que permitía comprender las peculiaridades del sistema mediático (Raimondo Anselmino, 2012, p. 235).

La misma autora hace referencia a que las investigaciones locales fueron influenciadas por las españolas y norteamericanas, especialmente preocupadas por la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la memoria (en el sentido de la capacidad de archivo del medio digital). Estas líneas de trabajo locales estuvieron a cargo de la carrera de periodismo digital de la Universidad de Lomas de Zamora sumando a académicos tales como Luis Albornoz (investigador argentino radicado en España), Oscar Steimberg (UBA), José Lemos (UNLZ), Sandra Valdetaro (UNR) y Alejandro Rost (UNCOMA).

En aquel momento, el hallazgo -en la línea de investigación que abordó “productos”- fue pensar las limitaciones de los medios en relación con las condiciones de interactividad y el hecho de que no estuviesen usando herramientas que brindaba el soporte digital. También esos estudios aportaron datos sobre aspectos principales de diarios digitales nacionales y del interior del país incluyendo los modos en los que editorializaron pensando en sus lectores.

En el segundo grupo -que trabajó las rutinas- Raimondo Anselmino incluyó a Pablo Boczkowski (2006) y Eugenia Mitchelstein (2010) como significativos referentes. El libro *Digitalizar las noticias* (2006) describió los “procesos evolutivos” de los diarios estadounidenses, en los que los periodistas se vieron desafiados por la introducción de nuevas tecnologías. Boczkowski desarrolló su investigación apoyándose en el método etnográfico para analizar proyectos encarados por tres salas de redacción online, teniendo como objetivo explotar las capacidades de la web como entorno de información (Boczkowski, 2006, p. 30).

Posteriormente, Boczkowski y Mitchelstein investigaron “la brecha de las noticias” (2015) concepto que reflejó las diferencias que separan el temario mediático de las lecturas preferidas de los lectores. Ellos mismos, recomendarán en el libro homónimo al concepto, un abordaje

metodológico holístico del proceso comunicativo (no desde la producción, circulación, o desde la recepción sino desde todos los momentos del proceso comunicativo a la vez).

García (2007) es otro autor que se hizo preguntas en torno al proceso de producción de la noticia y la articulación del trabajo entre las redacciones de papel y digital, para indagar específicamente en el modo en el que los periodistas conciben la interactividad. Lo destacable en García (2007) es que también hace referencia al distanciamiento entre éstos y sus lectores, sumando a las rutinas otros elementos conceptuales como las condiciones de trabajo, además de aspectos culturales y organizacionales.

Junto a ellos, Luchessi⁵ introdujo la incidencia de la crisis en el periodismo tradicional como idea en relación a cambios en el proceso productivo. Desde sus trabajos más recientes, Luchessi pone en evidencia las tensiones entre las rutinas de producción y las demandas de participación de los lectores, ante el advenimiento de lo que llama “una nueva racionalidad comunicacional” (Luchessi, 2015, p. 15)

En la tercera línea de trabajo investigativo se destacan las investigaciones de Rost, quien propuso pensar la interacción comunicativa a partir de periodizaciones. La misma Raimondo Anselmino, colaboró con la investigación de estos aspectos, y publicó en 2009 y 2010 una serie de *papers*, en los que refuerza la teoría de que los medios on line necesitan tener la atención de sus audiencias en la redefinición del vínculo heredado de la prensa tradicional. En sus propias palabras, “la participación del público ocupa , cada vez más , el centro de la escena , dado que parece ser la clave que le permitirá a estos medios crear experiencias que excedan el consumo de noticias e información (...) y generen sentido de pertenencia”, Raimondo Anselmino (2012).

En el artículo *Formas de pensar la relación de los medios con su público: reflexiones preliminares de una investigación sobre diarios digitales*⁶ Raimondo Anselmino (2009) detalla la perspectiva teórica desde la que investigó, posicionada en la recepción, la relación medios-audiencias. Allí retoma a María Cristina Mata (1999), quien invita a pensar esa relación asumiendo los medios y sus mensajes como configuraciones del sentido (en las que están inscriptas sus propias condiciones de recepción, la situación y competencias de los receptores), y a Verón (2004) para indagar en la interfaz del periódico en busca de “las gramáticas de reconocimiento de los discursos generados por el diario” (Raimondo Anselmino, 2009, p 2).

En otro trabajo, releva todos los sectores de la versión digital de *Clarín* donde se habilita la participación del lector. Así contempla los foros de discusión y secciones de opinión; comentarios en el blog “Conexiones”, y páginas de “encuestas”, la multiplicación de blogs y weblogs de usuarios, hasta tweets y comentarios en “Twitter”. Es sumamente interesante que, al momento de

⁵En *Tecnologías Infocomunicacionales, rutinas periodísticas y demandas de información: entre los efectos de agenda y la construcción de ciudadanía* (Luchessi, 2010)

⁶Fuente: Question. El texto resulta parte de las reflexiones preliminares de su proyecto de tesis doctoral.

investigar la web del diario, ésta iba por la octava reedición de su interfaz sin abrir nuevos espacios de participación (Raimondo Anselmino, 2010, p.58) lo que significó para esta autora que *Clarín* decidía redefinir su contrato de lectura limitando las posibilidades expresivas de su público (Raimondo Anselmino, 2010, p 67).

Con relación a la participación, cabe mencionar a la perspectiva sociotécnica que recupera la idea de una nueva racionalidad en los lectores (en términos de Luchessi, 2015). Esto último equivale a la necesidad de participar y producir en horizontalidad con los periodistas.

En lo que hace a la investigación de las rutinas, Bernardi (2016) se interesa por las particularidades de la labor periodística en diarios regionales del sur argentino y se pregunta por el perfil profesional de quienes integran los equipos. Luego determina que “no hay un modelo a seguir” en la producción, dado que este ámbito de los medios generalistas digitales todavía “está en desarrollo” (Bernardi, 2016, p 71). De esta forma la producción -contemplando desde los modos organizativos de la redacción al financiamiento- no tiene recetas sino patrones cíclicos de prueba y error.

Además, profundiza en el estudio de procesos de trabajo que realizan los periodistas deteniéndose en el uso de redes sociales (Facebook y Twitter), y se pregunta cómo circula la información en dichas plataformas y cómo emplean la narrativa periodística transmedia.

Cuando se refiere a la relación de los periodistas con sus lectores, determina que no hay interacciones directas y que las intervenciones en redes sociales sólo apelan a realizar “alguna acción”, aunque el lector colabora con el envío de materiales informativos al medio. Sostiene que en las rutinas en general, predomina la individualidad y la autonomía en las decisiones, lo que se enmarca en la desaparición de las redacciones tradicionales. También observa que los ritmos de publicación obligan a los periodistas a virtualizar el contacto con sus fuentes, mientras que las tareas se distribuyen en el día mediante un principio de cooperación que va en virtud del trabajo para otro medio o de la presión de los límites de tiempo, siendo las principales fuentes de consulta las oficiales.

Otro hallazgo es que no hay materiales especialmente preparados según la especificidad de las redes sociales, sino adaptación de contenidos a la web. También se incorpora WhatsApp al trabajo periodístico, algo que potencia la comunicación interna entre periodistas, aunque no es del todo aprovechado para el vínculo con los lectores, pudiendo constituirse como un canal para recibir aportes de información y sostener un grupo de suscriptores. Al respecto, Bernardi (2016) explica que, por el contrario, “la contribución de los lectores se limita a mandar fotos o a responder encuestas, un tipo de colaboración atado a un modelo en el que el medio tiene el control total del contenido” (Bernardi, 2016, p.92).

En lo que refiere al trabajo periodístico, la investigadora da cuenta de la precarización laboral, la falta de capacitación, la exigencia de velocidad de producción, el contenido de interés local, y asegura que la transmedialidad se limita al volcado y a la adaptación a distintas plataformas, por lo que el modelo de interacción con el lector es similar al del papel.

Otros aportes

Hemos visto cuáles fueron los intereses de la investigación de medios digitales en Argentina, a lo que vamos a añadir menciones de unos pocos trabajos más, que nos permiten pensar en categorías y rasgos que generaron preguntas en investigadores de otros países como España y México.

Una de ellos es Edo (2009), quien señala que la digitalización también modifica el diseño, los contenidos, los géneros, los temas y las secciones, sumando transformaciones en las inversiones, la publicidad, y en la relación del medio con su audiencia. Para la investigadora, dichas modificaciones suscitan la necesidad de profundizar en aspectos de la producción periodística tales como la frecuencia de publicación, la construcción de la noticia sin acontecimiento de referencia, las técnicas de realización (en función de cuáles propósitos predeterminados tiene el periodista o medio), la estructura de los textos, (cabeza o lead, cuerpo de la información), el esquema tradicional de las fuentes (considerar si hay o no interés en su verificación), y la atribución de esas fuentes alternando la relación lineal que se suscita entre los periodistas, las fuentes y lectores (Edo, 2009, p. 124).

Entre los autores que van en sentido similar, se encuentran Diezhandino Nieto (2009) y Covi Druetta (2006).

Diezhandino Nieto (2009) considera que el paso del soporte de papel al digital generó modificaciones en las rutinas profesionales, en la organización de los contenidos, géneros y tratamiento informativo; no obstante, las nuevas rutinas no estaban consolidadas y había quiebres con la veracidad y la validación. Además, señala que la información es vista como un valor de mercado (Diezhandino, 2009, pp. 177-178). Covi Druetta (2006) sostiene por su parte que las transformaciones tienen que ver con el eje temporal de la producción, con la contaminación de lenguajes, la extensión de los textos y el empleo de recursos.

Por su parte, Alborno (2007) descubrió que ninguna cabecera de los diarios digitales generalistas resultaba rentable (Alborno, 2007, p.59). Su aporte además tiene que ver con un sistema de categorías en cuya relación pueden encontrarse las razones de aquellos resultados.

Considera entonces, *servicios* (adaptación de los contenidos a las demandas/necesidades de los lectores; recuperación, almacenamiento y distribución de dichos contenidos; servicios comerciales on line); *áreas de participación de lectores*, y recursos audiovisuales y multimedia, e hipervínculos (audio, vídeo y gráficos animados; enlaces con otros sitios web) además del *modelo de negocio*.

Pensar aspectos de financiamiento resulta para este investigador una tarea ineludible, considerando factores “exógenos” y “endógenos” (Albornoz, 2007, p. 61). Dentro de los primeros incluye el factor socioeconómico (poder adquisitivo de los receptores); los factores histórico-culturales (bajas tasas de lectura de diarios impresos, además de estrategias para captar la atención de lectores jóvenes); y factor tecnológico (conectividad, relación peso de los contenidos con capacidad de descarga).

A la vez, los endógenos son el perfil del medio (herencia *off line*, la trayectoria periodística, el prestigio y la predominancia de los medios tradicionales en las cabeceras on line; la pertenencia a conglomerados multimedia -que regulan las posibilidades de experimentación-, la ausencia de modelos de negocio exitosos, publicidad y anuncios, venta de contenidos); la mirada del propio diario sobre sus lectores, sobre sus consumos tecnológicos; para finalmente indagar en la visión “que diferencia la publicación de otras que representan su competencia” (Albornoz, 2007, p. 262). También tiene en cuenta la especialización del producto, observando si el medio digital logra definir cómo ofrecerlo, cómo debe ser la relación con los usuarios y hasta dónde permitir su participación para atraer a lectores con distintos perfiles.

A todas estas posibilidades para indagar en un medio digital suma la política de hipervínculos y el universo de materiales relacionados (Albornoz, 2007, p. 264). Para el investigador, los lectores de las publicaciones cuentan con distintas competencias e intereses, por lo que todo medio digital tiene que encontrar un modelo que conjugue una oferta de servicios acorde a las expectativas de la recepción para volverse un proyecto atractivo y sustentable.

Periodismo literario digital

Interesada en el nuevo periodismo en formato digital, Luengas Restrepo (2012) desarrolló, como tesis de maestría para la Universidad Iberoamericana (México), un diseño cualitativo con un problema que incluyó tanto la dimensión estética propia de esa corriente periodística, como otras relacionadas a las rutinas productivas. El diseño metodológico de su investigación tuvo como instrumentos el análisis de contenido, las entrevistas y la comparación de textos de la revista Gatopardo con otras publicaciones en sus coberturas de temas similares. En detalle, el trabajo

denominado “Gatopardo como un ejemplo del nuevo periodismo en México”, tiene como categorías y subcategorías:

- a) *los aspectos de los textos* (escena dramática, registro de diálogo completo, detalles de status, punto de vista, monólogo interior, caracterización compuesta, retrocesos al pasado o flashbacks, cronologías no lineales o invertidas, uso de figuras literarias)
- b) *de las técnicas heredadas de la escritura del nuevo periodismo*: onomatopeyas, imitación del lenguaje, el juego con el narrador, celebridades y personalidades, subcultura de los jóvenes y nuevos patrones culturales, grandes sucesos, reportaje social y político
- c) *las relacionadas al mismo ejercicio de la entrevista*: reporteo largo y profundo, descripción muy detallada, cambio en el concepto de objetividad, voz activa.

A eso añade como material de análisis lo referente a las rutinas: relatos testimoniales de editores y cronistas en lo que hace a aspectos tales como a) la manera en la que cubrieron y trabajaron temas, b) condiciones de producción de dichos textos (salarios percibidos) y c) carrera profesional. En sus propósitos incluye la necesidad de conocer cómo se elige un tema, la importancia del contenido en portada, manejo de fuentes, pago, tiempo de elaboración del reportaje, proceso editorial, censura o autocensura y valores del medio a modo de manual de estilo. Contempla asimismo estilos narrativos y trayectoria del periodista.

Así, en su desarrollo, Luengas Restrepo (2012) confirma que los textos conservan rasgos que los catalogan como *Nuevo Periodismo*, y, en lo que hace a *Gatopardo*, sus fuentes son más ricas y diversas en comparación con otras formas de periodismo. Si bien los textos de *Gatopardo* resultan mejor pagados que los de otra publicación digital, los cronistas con los que cuenta son mayormente freelancers, independientemente de su nivel educativo⁷ (Luengas Restrepo, 2012, p. 74).

El análisis de contenido demuestra además que los temas principalmente abordados en dos períodos consecutivos tienen que ver con celebridades y con narcotráfico, y mientras que al primero lo cubrieron periodistas de tiempo completo, al segundo sólo colaboradores. “Al contratar reporteros externos, se hace un pago único y no debe suplirse a la persona que se ausenta de la redacción en otras actividades propias del proceso editorial” (Luengas Restrepo, 2012, p.77).

Por último, al caracterizar la relación entre los contenidos y su modelo de negocios, la autora explica cómo se produce el ejercicio de reinención de una publicación que antes tenía redacciones y lugares de colaboración en distintos países y luego pasó a ser exclusivamente mexicana. “Su sede ha cambiado de país, ha tenido variaciones en su equipo editorial de tiempo completo, cambios en diversas secciones y, por último, un cambio de política radical que implica perder la etiqueta de

⁷En "Consideraciones finales" Luengas Restrepo, p.76

revista con un enfoque latinoamericano para pasar a tener un enfoque eminentemente mexicano. Aparentemente este último cambio ha permitido no solo que la revista sobreviva, sino que ha incrementado los ingresos en publicidad y en suscriptores” (Luengas Restrepo, 2012, p.79).

Otro estudio de caso es el de la revista española *Textual y visual media* a partir de un informe elaborado por Rodríguez-Rodríguez y Aibalad Aiguabella (2012). Dicho texto dio cuenta de una investigación que buscó demostrar que el periodismo narrativo de largo aliento se abrió camino en el marco de la oferta editorial española, y, para eso, sus autores efectuaron un recorrido histórico para llegar al análisis en profundidad de Orsai⁸ y Jot Down⁹.

En ese marco formulan preguntas sobre el uso de herramientas digitales y en torno a modos de financiamiento, entre otras categorías. Así analizan que el mercado cambió “con unos hábitos de consumo que se decantan cada día más por las ediciones online, las tabletas y los e-books” pero también alterando el sentido de la práctica periodística, pensándola como espectáculo para ‘infoentretener’ a la mayor cantidad de lectores.

Tal panorama general, -siguiendo a estos autores-, expulsó al periodismo narrativo de las páginas de los medios generalistas (Rodríguez-Rodríguez y Aibalad Aiguabella, 2012, p. 289). De este modo, las publicaciones que analizaron (entre las que incluyeron a la primera versión de Orsai) “eliminaron al intermediario”, dejando de lado -lo que ellos consideraron- una racionalidad puramente económica. Las revistas establecieron en consecuencia un vínculo singular con el lector, quien propuso temas para la cobertura y colaboró con su distribución. Un detalle interesante es que las experiencias en los casos elegidos hicieron el proceso inverso a otras experiencias, yendo del soporte digital a ambos soportes (papel y digital) y no al revés.

No obstante, debemos señalar que a pesar de esta mirada académica optimista con relación a los sistemas que eliminaban intermediarios de distribución, la revista Orsai suspendió su publicación entre 2013 y 2017, tal como lo relató Hernán Casciari, su editor, en una entrevista con *Último Round* y en diversidad de espacios mediáticos. Este hecho colaboró con que editores de revistas on line sacaran sus propias conclusiones en torno a lo ocurrido con Orsai¹⁰ y de manera posterior no logramos identificar otras que emplearan sistemas de distribución en la que intervienen los lectores.

Rodríguez-Rodríguez y Aibalad Aiguabella analizan en su trabajo que estos emprendimientos no terminan de aprovechar los recursos on line ni de “transformar las versiones electrónicas en plataformas de mayor relevancia informativa” (Rodríguez-Rodríguez y Aibalad

⁸Hace referencia a cuando la revista aún se publicaba y cuando su editor residía en España. <https://cutt.ly/cocgmJ>

⁹<http://www.jotdown.es/>

¹⁰Algunas de ellas pueden leerse en los anexos, en el marco de la entrevista con Martín Ale.

Aiguabella, 2012, p. 289). También consideran que el vínculo de las revistas con sus lectores se potencia con la web porque desde allí se promocionan los productos de papel y se distribuyen los contenidos sumando a las redes sociales.

En lo que refiere a marketing, para ellos, los medios especializados tienen en internet una difusión a bajo costo, mediante campañas virales en momentos puntuales “o, simplemente, con la implementación de una estrategia de comunicación fluida y constante” (Rodríguez-Rodríguez y Aibalad Aiguabella, 2012, p.306). El lector, a entender de los autores, al ser parte del proceso de distribución también ofrece una participación activa, ya que “pregunta, sugiere, opina, alaba y critica tan pronto como quiere, lo que refuerza su vinculación con la cabecera en cuestión” siendo capaz de elegir y preferir textos de larga extensión.

La finlandesa Lassila-Merisalo (2014) profundiza en la experiencia de lectura de este tipo de relatos de largo formato¹¹ y propone que la crónica representa todo un nicho digno de ser explorado como alternativa a las narratividades presentadas por los medios generalistas, ofreciendo una dimensión experiencial que la constituye.

"Hoy en día, sabemos que también Internet da cabida a historias largas. Varios editores ofrecen contenido narrativo, de formato largo en línea, y algunas publicaciones son específicamente adaptadas para computadoras tablet u otras plataformas móviles en lo que es un territorio completamente nuevo"¹² (Lassila-Merisalo, 2014, p2). Para Lassila-Merisalo esa potencialidad podría ser de interés para grupos empresariales mediáticos, suscitar el mecenazgo desde el sector privado o resultar terreno fértil para pequeñas fuentes de financiamiento como congresos o cursos.

"Ser digital y estar en línea ofrece a los periodistas crear calidad: las historias se pueden mejorar con elementos multimedia versátiles, y la accesibilidad y la posibilidad de ser compartidas y comentadas en redes sociales son un potencial", no obstante advierte que, "demasiados elementos sensoriales pueden distraer al lector lo que debilita el efecto de inmersión ya que la conectividad es una de las características más importantes de los formatos digitales de largo aliento" (Lassila-Merisalo, 2014, p. 58-59).

En una línea coincidente, en el libro *El nuevo Nuevo periodismo*, el investigador de la Universidad de Nueva York, Robert Boynton (2009), señala que el periodismo de formato largo se distinguió tradicionalmente de los demás productos informativos por ser más caro, de mayor elaboración y por requerir más tiempo de consumo. Además, considera que este tipo de narrativas en formato digital debe ser multimedia, explotando de esa manera un perfil periodístico “cómodo, accesible y portátil”.

¹¹Story First--Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments. Disponible en <https://aejmcjournal.arizona.edu/Journal/Summer2014/LassilaMerisalo.pdf>

¹²Traducción propia

El aporte de Boynton (2009) tiene que ver con que se distingue de otros investigadores, quienes señalan que, en tiempos de tecnologías digitales, el perfil de los lectores es fácil de reconstruir mediante datos estadísticos. Por el contrario, Boynton, advierte que este tipo de periodismo "no apunta a grupos demográficos particulares cuyas preferencias y comportamientos pasados se conozcan de antemano; los consumidores de noticias largas no acuden a ellas por razones predecibles o fácilmente identificables. (...) el periodismo de formato extenso debe seducir, convencer y cautivar a sus consumidores. Por consiguiente, la forma en que se presenta es extremadamente importante" (Boynton, 2009, p. 13).

Las afirmaciones de Boynton (2009) son una invitación para reflexionar en torno a lo que ocurre con las métricas como recurso de conocimiento de los destinatarios de la crónica y otros subgéneros. De acuerdo a sus argumentos, si bien por un lado las mediciones registran llegada y permanencia en los sitios, no permiten considerar otras actividades como las de lectores asiduos quienes también generan mayor cantidad de visitas. Por ende, el regreso de lectores fidelizados y su tiempo de permanencia son indicadores clave para este autor, quien entiende que quienes son fans de formatos largos pagarían por el privilegio de leer textos de mayor extensión, yendo más allá del pacto de lectura hacia la idea de "seducción" de este tipo de publicaciones en relación con sus gustos y preferencias.

Finalmente, Boynton (2009) aporta un aspecto interesante a la descripción del periodismo literario en la web y dice que establece compromiso y lealtad con sus lectores, sentidos que van más allá de las tarifas publicitarias, cualidades que se perdieron en el intento de lograr objetivos más cuantitativos que cualitativos (Boynton, 2009, p.14).

Abordajes metodológicos en la investigación de periodismo literario

A continuación, comentaremos algunos diseños metodológicos no sin antes mencionar que ese aspecto del proceso nos interesa en virtud del propósito de reflexionar sobre la propia tarea. Teniendo en cuenta entonces el corte metodológico, volveremos a Rodríguez Rodríguez y Albalad Aiguabella (2012).

Como ya se dijo, los españoles elaboraron un modelo de análisis de relatos periodísticos para trabajar ORSAI y Jot Down. Su objetivo fue estudiar el concepto de periodismo y de reportaje. También tuvieron en cuenta las categorías estilo y estructura (composición y construcción del relato; anatomía y discurso), escenificación, diálogos, puntos de vista y presencia y voz del narrador, descripciones y tiempo; presentando de ese modo nociones teóricas del enfoque narratológico.

Garza Acuña (2003), autor de la tesis doctoral: “Vigencia del relato como sentido de la realidad: análisis de reportajes históricos”, desarrolló un apartado metodológico (p. 23-25) para registrar las modalidades de las rutinas productivas en el relato periodístico. El aporte allí es la noción de “metarreportaje”, es decir la aplicación de una técnica donde el mismo informante dará cuenta de su experiencia luego de ser solicitada por el investigador; sumando como segunda herramienta de recolección de datos cualitativos al ensayo documentado (como género propio para estos estudios en el que se toman notas sobre cómo y cuándo se escribe, síntesis y momentos del texto). Ambos instrumentos apuntan a recrear los procedimientos de escritura. Sin embargo, -y dicho por el mismo autor- hay cierta ambigüedad en la imprecisión del ensayo como género siendo también posible problematizar la forma de registro.

Otra alternativa de trabajo en torno al periodismo literario ha sido el método biográfico e historia de vida, abordajes que podemos asociar tanto al enfoque etnográfico como a algunos trabajos de la sociología francesa (De Gaulejac)¹³. Estas modalidades implican la realización de entrevistas y el empleo sistemático de documentos que reflejan en detalle la vida de los sujetos y de los momentos que se pretenden destacar.

Monje Álvarez (2011) detalla en qué consiste el método biográfico, el cual tiene en cuenta las experiencias personales que buscan unificar el sentido de la historia personal en relación con ámbitos grupales y contextos histórico-sociales, y se vale del relato biográfico como también de fuentes tales como los relatos de viajes, las autobiografías, diarios y epistolarios.

En tanto, Benavides (2016) elaboró la tesis doctoral denominada “*Procedimientos narrativos, procesos creativos y de producción de los cronistas ecuatorianos en las revistas de periodismo literario. Un estudio de los casos Mundo Diners, Soho y Gatopardo*”¹⁴, donde propone la articulación entre el comparatismo literario propuesto por Chillón (2009), la narratología y la

¹³De Gaulejac (1999)

¹⁴Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Directora: Aruguete, Natalia, 14 junio 2016, disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/53407>

teoría del Newsmaking. Allí, se interesa en los hábitos como parte de una rutina que se articula con la cultura profesional con la que los periodistas construyen la realidad. “Los rasgos de esta rutina condicionan la configuración del producto periodístico, porque están relacionados con aspectos relevantes como la selección y construcción de los temas” (Benavides, 2016, p. 40). Las categorías que Benavides emplea son el trato con las fuentes y personajes, formas en que son elegidos o asignados los temas, formas de investigar y recopilar datos, tiempos de investigación y reportería o cobertura y trato con el editor de la revista de periodismo literario.

A la vez, para trabajar el proceso creativo de los cronistas realiza entrevistas dialógicas biográfico-narrativas que le permiten, según sus descripciones, una mejor aproximación a los sujetos y a los hechos investigados (Benavides, 2016, p.135). Dedicado a recopilar una “gran cantidad de detalles” del proceso de producción, transcribe las entrevistas y construye categorías de análisis para inferir patrones, sumando tipologías que aportan a sus objetivos de investigación.

Ya en el final de este recorrido, creemos que el periodismo literario en soporte digital presenta múltiples posibilidades para su abordaje, en virtud de la necesidad de recrear del modo más amplio el proceso organizativo, los productos, los vínculos, y los sentidos que se ponen en juego. También proponemos que el estudio de la producción implica reconsiderar la figura del lector como un elemento presente en la toma de decisiones.

A la vez, encontramos puntos de contacto entre la entrevista biográfico-narrativa, la historia de vida y algunos aspectos prioritarios en la Teoría Fundamentada en los datos (TF). Esto tiene que ver con que los distintos métodos tienen como trasfondo un interés profundo en la necesidad de comprender los detalles de este fenómeno social.

No obstante, lo que diferencia a dichos enfoques es que, mientras la historia de vida exige ejercicios del investigador que permitan relacionar la experiencia individual con los sentidos colectivos que operan en el relato, en la Teoría Fundamentada se buscan recurrencias en los discursos llevándolos a un segundo nivel de abstracción para la conformación de conceptos que luego se ponen en relación. Este procedimiento obliga al investigador en última instancia a volver a los contextos y pensar los datos en diálogo con ellos, por lo que no sólo están en juego los testimonios sino otros elementos conceptuales que se vinculan a ellos y que permiten dotarlos de sentido.

Por último, consideramos que en todos los casos se comparte, -como en toda investigación cualitativa- el ejercicio de explicitar de modo reflexivo la participación activa del investigador para enriquecer el proceso de construcción de conocimiento.

CAPÍTULO 2. Del objeto de estudio: mapeo general de revistas en la web

Inicialmente se llevó a cabo un relevamiento general de publicaciones especializadas en periodismo literario, de investigación y/o interpretativo. Estas primeras coordinadas ayudaron a la conformación del corpus del que también hablaremos en este apartado para luego detallar aspectos principales de las publicaciones que lo conforman.

La primera búsqueda de revistas se inició en 2014 y apuntó a relevar las publicaciones latinoamericanas o en español, aunque el mapa resultante se fue completando de manera posterior con otras de otros países e idiomas. Las fuentes fueron buscadores en la web, notas periodísticas sobre periodismo narrativo, se sumaron las participantes en el Encuentro de Cronistas de Indias 2, organizado por la FNPI en México durante octubre de 2012¹⁵, y otras publicaciones mencionadas en Clases de Periodismo¹⁶, en la web de la Red de periodistas Internacionales, Ijnet¹⁷ y la de Centro Knight¹⁸.

Claramente identificadas con un trabajo especializado y digital -aunque tuviesen o no sus versiones de papel-, las revistas mostraban grados de institucionalización de la crónica digital en el continente y en Europa en un momento donde los medios generalistas escribieron sobre el segundo boom de la crónica, mientras que cronistas reconocidos, como Juan Villoro, advertían que nunca había sido más complicado publicar crónica en los diarios de papel. De hecho, esas dificultades también se extendieron posteriormente al soporte digital, por lo que se detalla cuáles revistas de las que conforman este universo dejaron de publicar.

Relevamiento de revistas de periodismo literario

Argentina		
	<i>Ni a palos</i>	http://www.niapalos.org/
	<i>Orsai (Tiene dos períodos de publicación. El segundo reinició en 2017¹⁹)</i>	http://editorialorsai.com/
	<i>La mujer de mi vida (Dejó de publicarse)</i>	http://www.lamujerdemivida.com.ar/
	<i>Rolling Stone</i>	http://www.rollingstone.com.ar/
	<i>Anfibia</i>	http://www.revistaanfibia.com/

¹⁵https://www.clarin.com/no-ficcion/nuevos-cronistas-de-indias-2-discursos_0_H1qLRcAjvmg.html

¹⁶<http://www.clasesdeperiodismo.com/>

¹⁷ ijnet.org/

¹⁸ <https://knightcenter.utexas.edu/es/>

¹⁹ Para más detalle ver <http://hernancasciari.com/revista/>

<i>El puercoespín</i> (Dejó de publicarse)	http://www.elpuercoespín.com.ar/
<i>Revista Paco</i>	http://revistapaco.com.ar/
<i>La Pulseada</i>	http://www.lapulseada.com.ar/site/
<i>Los Asesinos Tímidos</i> (Dejó de publicarse)	http://losasesinostimidos.blogspot.com.ar/
<i>La Balandra</i>	http://la-balandra.com.ar/
<i>Lector Común</i>	http://www.lectorcomun.com/
<i>Deodoro</i> (Dejó de publicarse)	http://deodoro.unc.edu.ar/
<i>La Granada</i> (Dejó de publicarse)	http://www.revistalagranada.com.ar/
<i>NaN</i>	http://lanan.com.ar/
<i>MU</i>	http://www.lavaca.org/mu/
<i>Islandia</i>	http://www.islandia.com.ar/
<i>Dr. Gonzo/Prensa Impresentable</i>	http://www.prensaimpresentable.com.ar/
<i>Paco</i>	https://revistapaco.com/
<i>Panamá</i>	http://panamarevista.com/
<i>Salida al Mar</i>	http://salidaalmar.com/manifiesto/
<i>Último Round</i>	http://revistaultimoround.com.ar/
<i>Ajo</i>	http://www.revistaajo.com.ar/
<i>Tucumán Zeta</i>	http://tucumanzeta.com/
<i>Cosecha Roja</i>	http://cosecharoja.org/
<i>La tinta</i>	https://latinta.com.ar/
<i>Islandia</i>	http://www.islandia.com.ar
<i>Escritura Crónica</i>	http://www.escrituracronica.com/
<i>Big Sur</i> (Dejó de publicarse y no está on line)	http://www.bigsur.com.ar/
<i>Revista Cítrica</i>	http://www.revistacitrica.com/
<i>Revista Palta</i>	https://revistapalta.com/
<i>Revista Equis</i>	https://www.revistaequis.com.ar/
<i>Nos digital</i> (dejó de publicarse)	http://www.nosdigital.com.ar/
<i>Revista Leteo</i>	https://revistaleteo.wordpress.com
<i>Revista Late</i>	http://www.revistalate.net/
<i>Angular</i>	http://espacioangular.org/

Brasil	
	https://piaui.folha.uol.com.br/

Chile	<i>The Clinic</i>	http://www.theclinic.cl/
	<i>Intemperie</i>	http://www.revistaintemperie.cl/
	<i>Ciper</i>	http://ciperchile.cl/
	<i>Paula</i>	http://www.paula.cl/

Perú		
	<i>Etiqueta Negra (Dejó de publicarse)</i>	http://etiquetanegra.com.pe/
	<i>Leexgusto</i>	http://leeporgusto.com/

Guatemala		
	<i>Plaza Pública</i>	http://www.plazapublica.com.gt/

Colombia	<i>Late</i>	http://www.revistalate.net/
	<i>FNPI</i>	http://www.fnpi.org/
	<i>Sole</i>	http://revistasole.com/
	<i>Soho</i>	http://www.soho.com.co/intro
	<i>El Malpensante</i>	http://elmalpensante.com/index.php
	<i>La Silla Vacía</i>	http://lasillavacia.com/
	<i>Vivo relativo (dejó de actualizarse)</i>	https://vivorelativo.com
	<i>Arcadia</i>	http://www.revistaarcadia.com/

El Salvador		
	<i>El Faro</i>	http://www.elfaro.net/
Ecuador	<i>Mundo Diners</i>	http://www.revistamundodiners.com/

México	<i>Horizontal</i>	https://horizontal.mx/
	<i>El barrio antiguo</i>	http://www.elbarrioantiguo.com/
	<i>Mambo Rock</i>	http://mamborock.org/
	<i>Emeequis</i>	http://www.m-x.com.mx/

	<i>Replicante</i>	http://revistareplicante.com/
	<i>Cultura Colectiva</i>	http://culturacolectiva.com/
	<i>Gatopardo</i>	http://www.gatopardo.com/
	<i>PlayBoy</i>	http://www.playboy.com.mx/
	<i>Letras Libres</i>	http://www.letraslibres.com/
	<i>Reporte Índigo</i>	http://www.reporteindigo.com/
	<i>La Tempestad</i>	https://www.latempestad.mx/
	<i>Animal Político</i>	http://www.animalpolitico.com/
Latinos en EEUU		
	<i>Radio Ambulante</i>	http://radioambulante.org/
	<i>Cuadernos doble raya</i>	https://cuadernosdobleraya.org/
“Aliados” Región latinoamericana (2013)		
	<i>Animal Político, (México)</i>	https://www.animalpolitico.com/
	<i>Agencia Pública, (Brasil)</i>	https://apublica.org/
	<i>Ciper, (Chile)</i>	http://ciperchile.cl/
	<i>The Clinic, (Chile)</i>	http://www.theclinic.cl/
	<i>Confidencial, (Nicaragua)</i>	https://confidencial.com.ni/
	<i>El Faro, (El Salvador)</i>	https://elfaro.net/
	<i>IDL-Reporteros, (Perú)</i>	https://idl-reporteros.pe/
	<i>La Silla Vacía, (Colombia)</i>	http://lasillavacia.com/
	<i>Plaza Pública, (Guatemala)</i>	https://www.plazapublica.com.gt/
	<i>El Puercoespín, (Argentina) (dejó de publicarse)</i>	https://www.facebook.com/el-puercoespín-108062642561261/

De cooperación global		
	<i>Cuadernos Doble Raya</i>	http://cuadernosdobleraya.com/
	<i>Late</i>	http://www.revistalate.net/

España	<i>Frontera D*</i>	http://www.fronterad.com/ ²⁰
--------	--------------------	---

²⁰José Luis Toledano es el editor español de la revista *Frontera D*, que tiene colaboradores en diversas partes del mundo. Por ende, *Frontera D* se autodefine como una revista online "en español, pero no española" por su mirada internacional y muy cercana a la región latinoamericana.

	<i>Jotdown</i>	http://www.jotdown.es/
	<i>Periodismo humano</i>	http://periodismohumano.com/
	<i>Pliego Suelto</i>	http://www.pliegosuelto.com/
	<i>Preferiría no hacerlo (Dejó de actualizarse)</i>	http://www.preferirianohacerlo.com/
	<i>Microrevista (dejó de actualizarse)</i>	http://www.microrevista.com/
	<i>Diario Kafka</i>	http://www.eldiario.es/Kafka/
	<i>2384</i>	http://www.2384.es/
	<i>Suma Cultural</i>	http://cultural.unir.net/
	<i>5W</i>	https://www.revista5w.com/
	<i>Pikara Magazine</i>	http://www.pikaramagazine.com
Reino Unido	<i>Granta</i>	http://www.granta.com
Alemania/Rumania/	<i>Lettre</i>	http://www.lettre.de/
Italia	<i>Internazionale</i>	http://www.internazionale.it/

Las revistas especializadas y sus lectores

**Frontera D* es una revista española que cuenta con una hoja de estilo (en juego con la idea de manual de estilo del papel) donde pone de manifiesto de manera clara y precisa la mirada editorial en torno a sus lectores y se la asocia directamente a los recursos de escritura. *Frontera D* es ejemplo -aunque la publicación no conformara el corpus-, del modo en el que las revistas se organizan a partir de dicha representación haciendo referencia al lector desde su manual de estilo. Ofrecemos un fragmento de esos lineamientos, que aparecen en la web de *Frontera D*, pudiéndose leer el texto completo *on line*²¹.

- 1) Siempre piensa en el lector. No se escribe para que se luzca el escritor sino para informar y entretener al lector. (...) ¿Quién es el lector? Puede ser un lector especializado, pero lo ideal sería llegar al mayor número de lectores posible.

²¹Texto completo en <http://www.fronterad.com/?q=hoja-estilo>

2) Antes de escribir, piensa. Organiza tus ideas, a veces con un pequeño boceto. ¿Cómo organizar tus ideas? Cada artículo es diferente. Muchas veces hay que darle al lector el sentido de que está avanzando (...) Querrás dejar al lector con una impresión, aunque él no recuerde todos los datos o cifras (...)

3) Engancha al lector. Lo más importante es el arranque: quieres enganchar al lector de la forma más amena y llamativa. Este primer párrafo (o párrafos) puede ser una anécdota, un dato histórico, una provocativa interrogación, la descripción de una escena o ambiente, el retrato de una determinada persona, etcétera. (...)

4) No le sueltes. En el resto del artículo, vas a llevar al lector paso a paso y de la manera más amena posible. Puedes incluir otras anécdotas, estadística, humor, observaciones personales... cualquier cosa para desarrollar el tema sin que decaiga el interés. ¿Un entrevistado tiene una forma de expresarse especialmente elocuente? Pues incluye muchas citas directas. Procura que el lector se diga continuamente, “¿Y entonces qué pasó?”. (Hay periodistas que cuentan una historia especializada de economía, algo aparentemente aburrido, y sin embargo la lees como si fuera una apasionante historia de detectives.) Muchas veces la escritura consiste en levantar en el lector expectativas que luego se satisfacen. Es útil establecer un tono, una voz que le inspira confianza; de ahí la importancia de leerte lo que has escrito en voz baja. Cuidado: si ves que tu boceto inicial no funciona, cámbialo.

5) Termina de forma brillante. Tras el arranque, el párrafo más importante es el último. (...)

6) Cuida la técnica. Todo oficio tiene su técnica, aunque debería pasar inadvertida. (...) Recuerda: queremos allanar barreras al lector, no construirlas.

7) Cuida la revisión. (...) Este obsesivo proceso de limar es fundamental: ten por seguro que, si tú mismo encuentras una frase algo farragosa o imprecisa, al lector le va a sentar como una piedra en el ojo. (...) Estos siete puntos vuelven al inicio: piensa siempre en el lector.

El ejemplo de *Frontera D* además pone de manifiesto que la idea del lector emerge de estos proyectos desde su momento fundante y que opera como un elemento organizador de estrategias editoriales y de escritura.

A los ejercicios de aproximación al objeto, se sumó también el relevamiento de otras revistas además de las mencionadas en el cuadro –las cuales se autodenominaron revistas culturales

de Argentina (ARECIA)-, sector integrado por distintos proyectos que comenzaron a organizarse en el período de 2007-2008, entre los que se contaron también algunas expresiones de periodismo literario.

Como referente de la asociación, Gustavo Zanella, editor del Periódico Andén (Chascomús), y secretario de fortalecimiento interno de ARECIA²², relató en su entrevista que la asociación comenzó a gestarse con un núcleo de personas que habían establecido vínculos a través de proyectos anteriores y que habían compartido experiencias colectivas y problemáticas que las afectó de forma similar. Sobre todo, puntualizó el carácter de aquellas que estuvieron vinculadas al soporte de papel y sus altos costos. Entre dichos referentes –que eran en su totalidad CABA- se contaban integrantes de *El Teje* (primer periódico trans de latinoamericano), *Barcelona*, *Crisis*, *THC* (revista de la comunidad canábica), *Kiné*, *Haciendo cine*, y otras. Luego se sumaron publicaciones del Gran Buenos Aires y en una tercera etapa donde se formalizó la asociación –es decir en 2011- se convocó a las del resto del país.

En los primeros meses de octubre de 2012 los referentes de ARECIA contaban alrededor de cuatrocientas revistas agrupadas voluntariamente. Sobre ese total la mitad dejó la asociación en los años que siguieron. La explicación de Zanella tiene que ver con el aumento de los insumos, sobre todo el del papel en el período 2008- 2012, que puso fin a varios emprendimientos.

Por otra parte, los grupos y colectivos que integraron ARECIA pusieron de manifiesto la necesidad de un marco legal de apoyo a las revistas culturales, tema que se volvió reclamo de forma consolidada a partir de 2010. Ya en mayo de 2013, se formalizó el proyecto de Ley de fomento a las publicaciones, no obstante, este intento fue desarticulado al no sostenerse los apoyos prometidos y tras caerse el estado parlamentario de la ley.

Hacia 2015, la crisis del sector se agudizó más. Luego de que la iniciativa de una normativa ya no resultara de interés durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, el gobierno de Mauricio Macri brindó una “pauta compensatoria” aunque de manera discrecional, desarticulando todavía más el reclamo de la ley. Cabe destacar que el número de revistas que, durante 2016, se censaron con ARECIA fue la menor cantidad desde sus inicios, aunque esa disminución no estaba dada solo por el hecho de que dejaran de publicar, sino porque algunas prefirieron no seguir participando en la asociación.

²² Sitio oficial <http://revistasculturales.org/>

En 2014, ARECIA contó 213 emprendimientos periodísticos culturales, 178 -en 2015- y 166 -en 2016-. Sobre todas esas revistas, una parte menor correspondía a periodismo literario o narrativo, dado que un criterio político de la asociación apunta a reflejar -más que cualquier otra tendencia- una diversidad expresiva del territorio nacional mediante una definición amplia de revista cultural.

Al respecto, Badenes (2017) sostiene que, al no haber un único tipo de revista cultural, plantear un análisis panorámico implica una decisión epistemológica más que una falencia investigativa. “Necesitamos en todo caso decisiones amplias (...) a la hora de construir un catálogo, incluyendo no sólo revistas de literatura (...) sino también otros géneros (revistas teóricas, de teatro, de cine, de música), así como otras áreas de la cultura: revistas de antropología, filosofía, historia, educación y ciencias sociales en general” (Badenes, 2017, p-20).

Esta intención se vio reflejada al interior de ARECIA donde los proyectos de periodismo literario significaron un ítem más en una tipología heterogénea, “atravesada por la autonomía, que suponía precisamente la especialización a partir de una independencia narrativa y editorial, y una consecuente libertad de agenda”, Badenes (2017).

La autogestión y un temario libre se sostuvieron como banderas en el marco de un mapa mediático generalista de mayor concentración. Sobre ese aspecto, se evidenciaron experiencias interesantes, alianzas y actividades estratégicas, aunque no en todos los casos dado que la responsabilidad que recayó en una o en pocas personas, el trabajo no remunerado y la necesidad de obtener otros ingresos descontinuaron o pusieron fin a una parte de estas expresiones culturales.

“Podríamos pensar que los comentarios son un modo de monetizar los aportes, pero el público en Argentina no comenta. Es un momento crítico para la publicidad en Internet en todo el mundo y la crisis del papel no es sólo por el costo del papel sino porque los grandes pisan la cabeza a los más chicos”, considera Zanella, quien investigó el financiamiento entre las asociadas, y explica que no todas las revistas llegaban a ser independientes²³.

Otro aspecto relacionado a las dificultades para el sostenimiento de los proyectos tiene que ver con el desconocimiento de las posibles estrategias a aplicar, aspecto que tanto Zanella como Rodríguez-Rodríguez y Aiblad Aiguabella (2012) mencionaron en sus trabajos diferenciando a los grandes medios generalistas de las formas autogestivas en las cuales la voluntad y compromiso de los periodistas que las integran es muchas veces el motivo por el que las revistas se sostienen.

²³Entrevista a Zanella realizada el 6 de agosto de 2016 en el marco de la Feria del Libro de Comodoro Rivadavia.

El segmento de periodismo narrativo o literario

Las publicaciones de periodismo narrativo o literario se constituyen como un segmento de calidad reconocida no sólo por sus lectores sino también por organizaciones que colaboran con la institucionalización de la crónica como la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI).

La aparición de nuevas revistas digitales de periodismo literario en el período 2012-2016 puede asociarse a las repercusiones de los encuentros de cronistas y apertura de espacios formativos, a la publicación de literatura del género (compilaciones, interés de editoriales) y con el hecho de que la web representó un espacio sin límites para proponer este tipo de lecturas. A eso se suma la organización de una serie de premios que contribuyeron a destacar la labor de cronistas y colaboradores de este tipo de medios de comunicación y finalmente, podemos considerar la difusión del llamado *nuevo boom latinoamericano* desde los medios en general.

En 2013, las crónicas de *MU*, el periódico de *La Vaca*, fueron seleccionadas entre más de 700 artículos publicados en la región para concursar por el Premio García Márquez (FNPI). Se trató del trabajo sobre megaminería de Sergio Ciancaglini. En este caso, aunque resultó ganadora del concurso la crónica de Alejandro Almazán sobre las guerras narco en México, publicada por *Gatopardo*, los textos argentinos que se incluyeron en la categoría “crónica y reportaje” también fueron considerados y destacados por la fundación, la cual se constituye como el espacio de formación y de otorgamiento de prestigio a cronistas por excelencia.

Otro ejemplo de calidad en los trabajos que ofrecen estas publicaciones estuvo dado por la revista *Anfibia*, creada en 2012. *Anfibia* logró en poco tiempo una reconocida trayectoria. En 2016, obtuvo una primera mención de los premios UBA de divulgación de contenidos educativos científicos y culturales. Dicha distinción se logró gracias al texto de Nadia Luna, titulado *El misterio de la creatividad*²⁴. Siguiendo la misma tendencia, en 2016, Federico Polleri, editor de la revista *Ajo*, resultó ganador en el "Primer concurso de ensayos contra la violencia de género" desarrollado por la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). El texto ganador del primer puesto fue el ensayo *Mundo Porno: Erotismo colonizado, misoginia y negocios*²⁵.

La FNPI creó en 2013 el Premio Gabriel García Márquez de periodismo (GGMP), el que se constituyó como incentivo para la producción de periodismo narrativo o literario. Por entonces, se buscó destacar “la excelencia, la innovación y la coherencia ética por parte de periodistas y medios que trabajen y publiquen en las lenguas española y portuguesa en los países de las Américas (incluyendo Estados Unidos y Canadá) y la península ibérica”²⁶. Este concurso tiene como antecedente directo al Premio Cemex+FNPI, el cual entre 2000 y 2010 permitió distinguir “lo mejor

²⁴ Disponible en <http://www.revistaanfibia.com/cronica/el-misterio-de-la-creatividad/>

²⁵ Disponible en <http://www.revistaajo.com.ar/notas/1883-mundo-porno-premiado.html>

²⁶ <http://premioggm.org/>

del periodismo en Iberoamérica”. A partir de 2013 actualizó sus bases y categorías para responder a la etapa de profundos cambios en la profesión que hablan de otros emprendimientos periodísticos diferentes al periodismo tradicional, incluyendo galardones para proyectos innovadores.

Crónicas interiores²⁷, es otro certamen nacional que se lanzó en 2014, -con una segunda edición en 2015- organizado por la gaceta *Deodoro* -publicación de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC)- junto a *Anfibia* (Unsam) y la Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EduLP). El primer ganador del premio Crónicas interiores fue Ernesto Picco por el texto *El misterio y la rabia* publicado en *Anfibia*. Al año siguiente la ganadora fue Sol Aliverti, cronista de la revista *La Central*.

La trayectoria individual de los cronistas y su relación con los procesos colectivos de reconocimiento periodístico también es un recorrido posible e interesante. Emergen así las influencias y presencias en proyectos que, además de diferenciarse, buscan discutir las formas y los productos del periodismo generalista y reflejan los intereses de cambio en un marco de crisis de la profesión. Un ejemplo, aunque no el único, es el de Sergio Ciancaglini, quien también fue finalista del concurso FNPI- y es uno de los pilares de la Cooperativa *La Vaca*²⁸. Ciancaglini es referente del periodismo autogestivo y de calidad en Argentina, tal como lo expresa en una de sus entrevistas *Último Round*²⁹.

Por otra parte, a los premios nacionales e internacionales se sumaron espacios de formación en educación pública y organizaciones privadas, por lo que la crónica tanto de papel como digital continuó fortaleciendo su lugar. Las revistas y organizaciones periodísticas abrieron como nunca espacios de participación y de ejercicios de escritura de los géneros narrativos para sus lectores y seguidores.

En el mismo período, las estrategias de financiamiento generales para el soporte digital fueron también diversas, yendo desde el *Crowdfunding* (financiación colectiva o micromecenazgo) hasta apoyos externos de organizaciones matrices como el caso de las universidades, sumando propuestas de suscripción para la realización de aportes, venta de anuarios y ediciones especiales, dictado de talleres y cursos, y en algunos casos canjes o venta de publicidad, a lo que se sumaron otras tales como gestión de fiestas y eventos diversos con otros colectivos interesados y lectores³⁰.

Frente a un panorama de lo que ARECIA consideró “de competencia desleal”, sobre todo en el sistema de distribución de los productos culturales de papel entre 2010 y 2015, la mayor parte de

²⁷<http://www.cronicasinteriores.com/>

²⁸<http://www.lavaca.org/>

²⁹<http://revistaultimoround.com.ar/>

³⁰Para profundizar en este aspecto se recomienda la lectura de “Estrategias de financiamiento en las revistas independientes” Capítulo segundo de Editar sin patrón, escrito por Gustavo Zanella y compilado por Daniel Badenes.

las revistas culturales marcaron un cambio de tendencia, abriendo sus espacios digitales como repositorios o como publicaciones que buscaron otros soportes para su construcción de marca.

“La revista sale en formato digital desde julio del 2013. En 2014 salimos con tres números en papel, pero se hizo insostenible por las dificultades en la distribución y el precio de la imprenta”, informaban los referentes de La Granada (Buenos Aires) a ARECIA.

Más allá de las posibilidades que brindó el soporte digital a las revistas, otro aspecto de estas condiciones contextuales que buscamos dimensionar tuvo que ver con cuáles habían sido las causas de cierre de emprendimientos tales como *Orsai*, *El Puercoespín*, *Deodoro*, *Telaraña Digital*, *Big Sur* y posteriormente *La mujer de mi vida*. Así supimos que los contextos económicos y políticos colaboraron en parte con dichos finales, aunque hubo causas variopintas relacionadas a los modos organizacionales y a nuevos proyectos periodísticos y editoriales personales que también influyeron en la decisión de suspender la publicación.

Pero mientras unas tuvieron momentos de silencio, otras continuaron consolidándose. En 2015, referentes de *Anfibia* anunciaron que integraban el proyecto “Discursos artísticos y periodismo narrativo”³¹ que se tradujo en una red que los vinculó a centros de estudio y laboratorios de lenguaje, además de universidades como la Complutense de Madrid y el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara, (México), la Universidad de California, EEUU, y la Facultad de Periodismo de la UNLP. Su finalidad fue analizar: “la expansión de este tipo de narración -que- se inscribe en un contexto de debates públicos sobre la fabricación y la difusión de la información hoy, entre empresas privadas (en general monopólicas) y nuevas tecnologías”³².

En 2013, el encuentro *Aliados*³³, Red de medios independientes de América latina reunió a los equipos de *Animal Político*, (México), *Agencia Pública*, (Brasil); *Ciper*, (Chile), *The Clinic*, (Chile), *Confidencial*, (Nicaragua), *El Faro*, (El Salvador), *IDL-Reporteros*, (Perú), *La Silla Vacía*, (Colombia), *Plaza Pública*, (Guatemala) y *El Puercoespín*, (Argentina). Del encuentro surgió la *Declaración de Al Maitén*, con la que se conformó la red “para fortalecer la cooperación mutua y buscar nuevas formas de sustentabilidad para el periodismo independiente”³⁴.

Hay evidencia de que las preocupaciones sobre las alternativas de financiamiento para revistas digitales también se venían poniendo de manifiesto desde años anteriores, aunque *Aliados* se formalizó durante el Foro Centroamericano de Periodismo celebrado en San Salvador a mediados de mayo 2012. Desde febrero de 2009 se había creado -bajo similares preocupaciones que

³¹<http://www.revistaanfibia.com/red-internacional-de-periodismo-narrativo/>

³² <https://diaspora.com.ar/posts/654311>

³³ <https://www.plazapublica.com.gt/content/nace-asociacion-de-medios-independientes>

³⁴ <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-14068-diez-medios-digitales-de-periodismo-independiente-de-america-latina-crean-nueva-asocia>

incluyeron a la calidad periodística-, la *Red de Periodistas Multimedia* (RPM) que estaba en sintonía con *IDL reporteros*, un portal peruano que publicaba crónicas y otros subgéneros presentando un temario con contenidos latinoamericanos.

Como ya mencionamos, a las premiaciones y alianzas detalladas debemos sumar la formación pública y privada, formal e informal, en torno al periodismo literario. Podríamos entonces mencionar distintos tipos de instancias de capacitación con modalidades presenciales o virtuales, yendo desde la más reconocida: la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, al ejemplo del taller Arteluz³⁵ en México, a la Escuela de Periodismo Portátil³⁶ de Pablo Meneses, con alcance en América latina y España, al posgrado de “Escrituras: creatividad humana y comunicación” organizado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). En años siguientes, también se formalizaría la creación de la Maestría en periodismo narrativo, en la que intervienen la revista *Anfibia* y la Escuela de Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) entre otras propuestas.

Como antecedentes también aparece la experiencia de la Universidad *Orsai*³⁷, los talleres y seminarios de *Anfibia*³⁸ que inicialmente fueron de crónica pero que después se volvieron más fronterizos y experimentales, los de las revistas *Cosecha Roja*, *Tucumán Zeta* y *Ajo*, como también la capacitación de la licenciatura en Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales en Chile, organización educativa que a través de su editorial³⁹ ha publicado a cronistas como Leila Guerriero y María Moreno.

Entre las propuestas que *Anfibia* difundió durante el verano 2016, aparece el taller de “Crónica transmedia”⁴⁰, con Sebastián Hacher e Ignacio Casinelli Esviza, donde se plantea la pregunta por la relación entre soporte y contenido, para pasar luego al trabajo conjunto con productoras y grupos de realizadores que dieron lugar a las propuestas de periodismo 360, un producto que no resultaba rentable al momento de producirse ese encuentro, aunque sí colaboró para ampliar las audiencias de la publicación principalmente entre los lectores más jóvenes, de acuerdo a lo que informó a principios de 2017 el blog de Periodismo en las Américas del Centro Knight⁴¹.

³⁵<http://www.tallerarteluz.com/>

³⁶<http://periodismoportatil.com/>

³⁷http://editorialorsai.com/redaccion/post/casa_nueva

³⁸<http://www.revistaanfibia.com/cronica/talleres-y-seminarios-anfibia>

³⁹<http://ediciones.udp.cl/>

⁴⁰<http://www.revistaanfibia.com/taller-de-cronica-transmedia/>

⁴¹<https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-17905-realidad-virtual-y-video-360-todavia-no-son-rentables-en-el-periodismo-de-america-lati>

Un dato interesante es que desde los talleres se fue buscando otras formas narrativas para presentar la información y esos espacios permitieron al menos plantear la importancia de innovar en torno a lenguajes y soportes, antes de que esto se volviera una práctica consolidada en las mismas páginas de las revistas.

Publicaciones seleccionadas

Las publicaciones que estudiamos en este trabajo fueron seleccionadas en virtud de que emplean recursos de la literatura y del periodismo para contar algunas o todas sus historias (según el caso). Pueden presentar entonces un porcentaje de textos del macrogénero narrativo o secciones completas. Además, sus equipos de trabajo están en Argentina, pero, como se dijo, cuentan historias desde distintas regiones, provincias y ciudades. Entre ellas hay tanto nativas digitales como *Anfibia* (CABA), *Escritura Crónica* (Gran Buenos Aires), *Big sur* (Chubut), *Ajo* (Mar del Plata), *Islandia* (Córdoba) y *Tucumán Zeta* (Tucumán), como otras que pasaron del papel a ser exclusivamente digitales (*Último Round*, *Telaraña Digital*) y hay un caso en el que la web sirvió para ofrecer textos de manera complementaria al papel a modo de repositorio (*Deodoro*, Córdoba).

Lo que se buscó inicialmente tuvo que ver con que se viesen reflejadas algunas condiciones de producción y temarios de distintos lugares del país, teniendo en cuenta que las oportunidades de gestión de estos proyectos no son las mismas en virtud de estar más cerca o en los grandes centros urbanos, las revistas pueden o no tener apoyo de organizaciones afines o publicidad oficial, cambia la cantidad de habitantes y/o potenciales lectores, aunque a la vez se pueden compartir esquemas similares en lo que hace a mercados comunicacionales. Son proyectos que se crearon en mayoría entre 2012 y 2016. El período de estudio se vinculó a los discursos que hicieron referencia al resurgimiento del auge de la crónica (o segundo boom) los cuáles resultaban un tanto contradictorios para el soporte digital en virtud de que se trataba de textos largos, que pocas veces aprovechaban los lenguajes multimediales y que además iban a contrapelo de las recomendaciones de escritura para la web. No obstante, como ya describimos, también estas revistas se constituyeron como puerta a una práctica periodística especializada que estaba siendo premiada y que buscó volverse una alternativa de calidad para ganarse un espacio dentro de los hábitos de consumo de los lectores del soporte digital.

Como ya señalamos *Último Round*, *Telaraña Digital* y *Deodoro* publicaron inicialmente en papel y son proyectos que buscaron intuitivamente pasar a la web como modo de supervivencia. Entre ellas, *Telaraña Digital*, *Deodoro* y *Big Sur* dejaron de actualizar sus webs o tuvieron

discontinuidades sobre el final del período estudiado⁴². Mientras que *Big Sur* dejó de estar on line - por lo que ni siquiera es posible leerla desactualizada- los archivos de *Deodoro* estaban en la web al momento de cierre de este trabajo y *Telaraña Digital* reinició su publicación con continuidad en 2018.

1) *Anfibia*

Página web <http://www.revistaanfibia.com/>

Revista	Staff	Creación	Productos en papel	Financiam.	Extensión prom.	Redes sociales (mayo 2018)	Comentarios en la URL
<i>Anfibia</i>	Cristian Alarcón/ Martín Ale y otros	Mayo 2012	Sí. “ <i>Anfibia</i> Crónicas y ensayos 1” (2015)	UNSAM OXFAM Open Society Talleres y eventos	4 mil palabras	157.375 Facebook 59,8 mil Twitter Pinterest/Instagram 46,3K -680 suscrip.	Si

Anfibia se pensó para el papel y surgió como proyecto en 2011, pero antes de que se materializara en 2012, el equipo tuvo que adaptar sus ideas al soporte digital tras el anuncio de un recorte presupuestario de parte de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), principal fuente de apoyo. Desde entonces, el equipo que constituyó el “núcleo duro” de *Anfibia* cuenta con la figura destacada de su director periodístico Cristian Alarcón, a quien se sumó Martín Ale (jefe de redacción y editor), Carlos Ruta como editor responsable; Mario Greco (director ejecutivo); jefa de arte Virginia Giannoni; Natalia Zuazo, editora online; subeditor Federico Bianchini; y el subeditor de fotografía, Eduardo Carrera. La administración está a cargo de Ana Giannoni; y la web fue resultado del diseño, desarrollo y programación de Kells (<http://www.kells.com.ar/>).

Como vemos, se trató de un pequeño grupo -si lo comparamos con las grandes plantas periodísticas de papel o de las redacciones integradas- que, como producto de la gestión

⁴²<http://cosecharoja.org/infojus/>

comunicacional e institucional, fue sumando colaboradores, superando el centenar en cinco años de funcionamiento⁴³.

Quienes hacen *Anfibia* la definen como una revista digital de crónicas, ensayos y relatos de no ficción “que trabaja con el rigor de la investigación periodística y las herramientas de la literatura”; de ahí su nombre, como producto escrito para un lector interesado en contenidos de divulgación científica y social, con componentes de periodismo de investigación e interpretativo. Sus secciones son “crónicas”, “ensayos”, “blog”, “comunidad”, “qué es *Anfibia*”, “staff”, “*Amphibie*”, “Talleres”.

⁴³En su web, la revista cuenta con un directorio de autores. <https://www.revistaanfibia.com/autores/>

Tal como señalamos, su principal referente (o el más reconocido en el campo de la crónica) es Cristian Alarcón, quien se inició en el oficio como redactor de *Página 12* y combinó herencias de la literatura con un tratamiento antropológico de abordaje e implicancia en las historias *Cuando me muera quiero que me toquen cumbia* (2003) -por la que ganó el premio Samuel Chavkin a la integridad en periodismo- y *Si me querés, quereme transa* (2010).

Anfibia se presenta como una articulación entre el periodismo literario y la escritura académica, y como características generales mostró más cercanía al periodismo narrativo desde sus inicios, experimentando un desplazamiento de la crónica al ensayo web y luego a otros formatos de investigación y distintas narrativas. Es un dato distintivo que en *Anfibia* la mirada editorial propone una relación directa entre el contenido propio o temario, el financiamiento y los lectores. Además, en el período estudiado *Anfibia* modificó la plantilla o “cambió la piel” para pasar de un formato más parecido al del blog a otro donde la fotografía tuvo un mayor despliegue al estilo del género magazine. La publicación también contó con un blog desde sus inicios para difundir las actividades de formación y producciones de su comunidad de lectores.

Consideramos que *Anfibia* se enmarca en la definición de periodismo literario digital (PLD) que abordaremos de manera detallada en el análisis, dado que ofrece características que pueden ponerse en común con otras revistas digitales donde se pone en práctica el periodismo de investigación, se escriben crónicas y se brinda información en clave interpretativa. También es importante mencionar que la revista admite comentarios de los lectores. El texto más leído (en virtud de lo que se enunció en las entrevistas) y más comentado de la revista en el período estudiado fue el ensayo *Fuiste un lujo*, cuyo impacto se analizará en capítulos siguientes.

El PLD es, en este trabajo, la producción no generalista que apuesta a una experiencia interpretativa e investigativa, y en el caso de *Anfibia* buscó conjugar conocimiento académico con historias en abandono del lenguaje expositivo propio de los textos universitarios y en recuperación de relatos. “En tiempos donde la noticia es un commodity que se copia, pega y publica, *Anfibia* apuesta a la calidad sostenida” aseguran sus responsables al explicar la misión de esta organización periodística⁴⁴.

En la búsqueda de material de los primeros momentos de *Anfibia*, se comprobó que la biblioteca de sitios de internet *Wayback machine* efectuó capturas -desde 2012 a 2016- con una frecuencia de ocho veces al mes. En tanto, el ranking de webs realizado por Alexa⁴⁵ determinó que, en el período que nos interesa, los principales lugares desde los que provinieron sus lectores no fidelizados (que no tipean la dirección para encontrar la página) fueron el buscador Google de Argentina (17%), Facebook (12%), Google internacional (5,7%), y Google de México (2.5%). La misma web da cuenta de que el segmento de audiencia de *Anfibia* es similar al de los sitios 1. *cosecharoja.org*; 2. *agenciapacourondo.com.ar*; 3. *infonews.com*; 4. *tiempoar.com.ar*; y 5. *politicargentina.com*.

Durante diciembre de 2016, la oficina de *Anfibia* y *Cosecha Roja* fue atacada⁴⁶. La revista *Anfibia* funcionó desde su inicio en un departamento alquilado por la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), ubicado al lado de una dependencia de la Policía Federal y frente a la Jefatura de Gabinete, en pleno microcentro porteño. En la misma locación funciona la redacción de la policial *Cosecha Roja* y en el mismo espacio se realizan distinto tipo de actividades⁴⁷.

En aquella ocasión, lo llamativo fue que ningún otro lugar del edificio fue atacado. En esa oportunidad, los trabajadores de *Anfibia* publicaron en Facebook: “rompieron, robaron, se fueron. No dejaron mensajes más allá de lo sustraído y lo destruido. Mientras la policía hacía su trabajo, nosotros también: cada uno desde su casa siguió escribiendo”.

⁴⁴<http://www.revistaanfibia.com/que-es-anfibia/>

⁴⁵Alexa (<http://www.alexa.com/>) calcula rango usando una combinación de la media de visitantes diarios y de las páginas vistas durante los últimos 3 meses. La web con la combinación más alta de visitantes y páginas vistas se clasifica como # 1. Para conocer el tráfico se vale de un complemento o plugin instalado en más de tres millones de navegadores, conocido como la Barra de Alexa. De esa forma valiéndose de su comunidad, procesa la información de los sitios que visitan estos usuarios, la cantidad de páginas que cargan en cada uno, el tiempo que permanecen y la velocidad de carga de las páginas.

⁴⁶ Ver reporte de medios sobre el ataque en <http://pausa.com.ar/2016/12/ataque-a-las-oficinas-de-cosecha-roja-y-anfibia/> <https://www.pagina12.com.ar/8536-robo-a-anfibia-y-cosecha-roja>

⁴⁷Chequeado en la web de Alexa 2/7/17. Parte del equipo de *Anfibia* y *Cosecha roja* participó en el proyecto Infojus. <http://www.infojusnoticias.gov.ar/>

En relación con sus lectores, Martín Ale explicó que en principio se pensó a los destinatarios como personas de “treinta y pico de años”, acostumbrados al papel y que tenían el hábito de comprar una revista y leerla completa. Con el tiempo, descubrieron que en realidad la mayor cantidad de seguidores eran estudiantes universitarios de poco más de veinte años.

El editor consideró también que la mitad de los visitantes estaban fidelizados en 2016 por lo que –de acuerdo a su testimonio- uno de cada dos lectores de *Anfibia* llegó a la web sin la intermediación de redes sociales o buscadores. Además, Ale contó un promedio interanual (de julio a julio) de 350 mil visitas únicas (personas distintas), con meses “buenos” de 600 mil, y “malos” de 200 mil, habiendo comenzado en 2012 con entre 30 y 40 mil lectores. La fluctuación de los valores dependió del tema de las notas. Una de las que resultaron más visitadas en el período fue la cobertura del caso Nisman⁴⁸ para la que se alcanzó un promedio de lectura de más de cuatro minutos de permanencia contra los veinte segundos que tenía en el mismo momento la cabecera digital de *Clarín*.

El financiamiento en *Anfibia* ha sido ejemplo de la combinación de estrategias. Mientras que los sueldos del equipo núcleo se costearon a través del apoyo de la UNSAM, una intermediaria de la universidad gestionó las colaboraciones de profesores con dedicación exclusiva. A esto, se suma que *Anfibia* es la única publicación de las estudiadas que obtuvo apoyo financiero internacional (de OXFAM y Open Society).

En abril de 2015 la revista digital difundió la publicación de su único libro compilando crónicas y ensayos. Aunque en su momento se anunció que no sería el primero, Ale explicó de manera posterior que esa edición tuvo más que ver con compromisos institucionales (UNSAM) que con el deseo de aparecer en papel. Aquella edición tuvo trece crónicas, cuatro perfiles, siete ensayos y dos capítulos denominados “Sobre los autores” y “Sobre los editores” dando cuenta de currículums de colaboradores y de los editores, que fueron Federico Bianchini; Martín Ale, y Sonia Budassi. Fuera del período estudiado, *Anfibia* volvió a publicar en papel, aunque otro tipo de propuestas, más vinculadas a su temario diverso.

⁴⁸ El rompecabezas Nisman, disponible en <http://revistaanfibia.com/cronica/el-rompecabezas-nisman/>

2) Tucumán Zeta

<http://tucumanzeta.com/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	SE PUEDE COMENTAREN LA WEB
Tucumán Zeta	Pedro Noli/Exequiel Svetliza/Bruno Cernigliaro/Diego Araoz	Octubre 2012	Si (2015)	Venta publicidad directa Sindicato prensa Tucumán, UNT, municipalidad, Venta libro de papel, talleres	13.012	6.338 Facebook 3879 Twitter 1,357 Instagram 6 suscriptores Youtube	Si

En el caso de *Tucumán Zeta* la extensión de los textos está expresada en cantidad de caracteres con espacios, lo que equivale a 3 mil palabras en promedio.

En una entrevista televisiva realizada en un momento fundante, es decir, en octubre de 2012, a los integrantes del Consejo de redacción de *Tucumán Zeta* -Pedro Noli, Exequiel Svetliza y Bruno Cernigliaro- se les preguntó por la cuestión de la extensión de los textos del periodismo literario en formato digital. Noli explicó en ese marco los tiempos de lectura en la por entonces nueva propuesta digital.

Puede llevar hasta 10 minutos de lectura un texto de nuestra revista, son extensiones de entre de 4 mil y 5 mil palabras o para que el televidente tenga una percepción del tamaño, ocho hojas de Word, pero no son aburridas. El género tiene esa magia, que nos permite trabajar como si fuera un cuento, nos permite alejarnos del hecho noticioso puntual para empezar a caminar el camino de las personas, quienes son, porqué están ahí, a qué se ha dedicado antes (...) entonces los tucumanos se van a ver representados, van a ver una pintura de un momento tucumano.

El proyecto al inicio consistió en coordinar la producción de cuatro crónicas mensuales que estaban unidas por un núcleo temático. El primero: la noche de Tucumán. Historias del inventor de la cumbia Tucumana, de un sereno, de un boliche con su dueño procesado, y un cronista invitado. En 2015, “la revista digital tucumana de periodismo narrativo: *Tucumán Zeta*”⁴⁹ tal como se llaman a sí mismos, presentó su libro “Crónicas de acá”, una antología con 21 crónicas ya publicadas en la web que tuvo el prólogo y la contratapa de Josefina Licitra y Alberto Salcedo Ramos. El temario fue desde el inicio propuesto como ultralocal, teniendo como fin “investigar personajes que vemos a diario en nuestra tucumanidad”.

⁴⁹ www.tucumanzeta.com

En junio de 2013, integrantes de *Tucumán Zeta* le preguntaron en una instancia de taller interno a Salcedo Ramos “¿Cuáles son los cambios formales en el género?”. El cronista señaló que la presencia de editores que acompañan el proceso, quienes sugerían cuestiones de fondo y forma y algo más, como también la necesidad de verificar datos. Para Salcedo Ramos –referente indiscutido del campo de la crónica también llamado “maestro” por editores de *Tucumán Zeta*–, la deuda del género con la actualidad latinoamericana tenía mucho que ver con la denuncia de poderes tales como el político, económico y el referido a aspectos medioambientales⁵⁰.

Tucumán Zeta comienza a publicar en octubre 2012 y cambia su diseño durante 2016. Su staff está integrado por Bruno Ciriagliaro, Pedro Noli, Exequiel Svetliza, y también por el editor fotográfico Diego Aráoz. La naturaleza del vínculo entre ellos es de amistad y los encuentros organizativos fueron en lugares informales (sus casas y cafés) hasta que se consiguió un local.

La periodicidad de publicación promedió las dos veces al mes hasta 2016. *Tucumán Zeta*, “la crónica de acá”, ilustró Tucumán a través de las historias de vida propias del lugar, y los relatos fueron propuestos de modo tal que tocaran de cerca a los tucumanos interpelándolos desde su identidad y costumbres compartidas. La revista cuenta con un diseño con propuestas multimediales narrativas como galerías y fotoreportajes (en la sección Visuales Zeta), artículos de análisis (Bitácoras Zeta) e incluyó de manera posterior otras historias que fueron enviadas por cronistas desde otros lugares (Crónicas de allá).

Los referentes de *Tucumán Zeta* consideran que sus destinatarios están entrenados en la lectura, habiendo desarrollado competencias que les permiten permanecer hasta finalizar los textos. “La verdad es que te tiene que gustar sentarte (...) con una crónica que va a demandar entre 12 y 15 minutos de lectura”, explica Bruno Ciriagliaro en su entrevista. Además, los lectores de *Tucumán Zeta* son pensados como “jóvenes, universitarios y no tan universitarios, no un público masivo (...) sino personas las que les gusta la literatura, el periodismo, y que se interesa por cuestiones que pasan en Tucumán desde una mirada totalmente distinta. Es gente que consume medios alternativos, y no tanto el medio hegemónico de acá de Tucumán (*La Gaceta*)”.

De acuerdo a las aplicaciones que utilizan los editores para conocer sus métricas, la revista tuvo 60 mil visitas en cuatro años de funcionamiento y los momentos de “pico de lectura” fueron las veces en las que se hicieron coberturas exclusivas a temas que no aparecieron en medios generalistas, tales como una serie de saqueos que ocurrieron en Tucumán en diciembre de 2013 en el marco de un paro policial. “En esos días nosotros hemos salido a la calle a contar historias, a buscar historias, escribimos en dos días una edición urgente y publicamos cinco crónicas en tres

⁵⁰Se dice que el periodismo literario o narrativo abordó tradicionalmente temas relacionados a la marginalidad y a aquello que se salía de la norma, y referentes como Leila Guerriero y otros alimentaron esa autocrítica señalando que hacía falta trabajar un temario que incluyera, además de lo anterior, aspectos de los sectores más enriquecidos y poderosos de nuestra región (América latina).

días, sobre lo que estaba pasando. Bueno, en esos días tuvimos picos de 8 mil, 9 mil, y hasta 12 mil lectores (...) Y ahora estamos midiendo todo desde cero por la nueva página”, explicó Cirnigliaro destacando el costado cívico del proyecto.

Además, si bien nació digital, *Tucumán Zeta* publicó dos compilaciones en papel al momento de cierre de este trabajo, uno dentro del período estudiado (*Crónicas de acá*) y otro posterior, en noviembre de 2018 (*Aquí adentro*, segunda selección de Crónicas de *Tucumán Zeta*).

<http://tucumanzeta.com/>

Saved **42 times** between **octubre 8, 2012** and **noviembre 10, 2016**.

PLEASE DONATE TODAY. Your generosity preserves knowledge for future generations. Thank you.

• CRÓNICAS DE ACÁ •

No contaron la muerte de Aldo

3) Último Round

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Último Round	Fabrizio Lombardo	2013 Versión digital mayo 2014	No	Aportes de 50 o 100 pesos en la web de la revista	16.490	5.459 Facebook 278 Twitter 136 vistas video promocional Youtube	Si

El promedio está expresado en caracteres con espacios

Último Round publicó siete números en papel y luego inauguró su web en mayo de 2014 – sosteniendo la publicación en ambos soportes- para pasar a ser totalmente digital en junio de 2015. Su editor es Fabrizio Lombardo, profesor de historia, quien inició el proyecto junto a un colectivo en Luján, pero que luego emigró a España por lo que gestionaba y editaba la revista a distancia. El promedio de actualización de la publicación fue de una vez al mes durante todo el período. El estilo de *Último Round* habla de una apuesta fuerte al género entrevista, posibilitando el encuentro entre un periodista narrativo y personajes de actualidad.

“Nosotros nos llevamos muy bien con la entrevista, creemos que es una forma (...) que coincide con el tipo de publicación militante que nosotros podemos construir. Coincide con eso. Es una forma muy copada. Después hay cosas más ligadas a la poesía, al cuento, pero la revista está más ligada a la entrevista que a la poesía si se quiere”, caracterizó Lombardo, quien describía a su lector como: “un tipo medio, que labura, que está cansado, que tiene hijos, o esos mismos pibes que se cansan de estar en Facebook, imaginate cuánto más se pueden cansar de una revista militante (...) los criterios que manejo son los del cansancio en la lectura, teniendo en cuenta la rapidez con hoy que se consume”.

INTERNET ARCHIVE
Wayback Machine

<http://revistaultimoround.com.ar/>

BROWSE HISTORY

<http://revistaultimoround.com.ar/>

Saved 16 times between mayo 28, 2014 and octubre 4, 2016.

PLEASE DONATE TODAY. Your generosity preserves knowledge for future generations. Thank you.

Al momento de cierre de este trabajo, *Último Round* cuenta con un diseño original que apeló al texto de Julio Cortázar publicado en 1969. Los nombres de las secciones están relacionados a esa obra literaria: Cuadrilátero (dividida en “Argentina”, “Latinoamérica”, “Internacional”), Guantes (“Artículos, entrevistas, relatos”), Campana (“Letras, sonido, e imagen”), y contacto. La idea del boxeo o enfrentamiento se vincula a la construcción de un mundo rico en significados, donde la disputa a la que se pone el cuerpo tiene que ver con la atribución de sentido, algo que resulta central para una publicación que su editor define como “absolutamente política”.

Es interesante que la trayectoria biográfica de Lombardo influye sobre los contenidos propuestos –se fue a vivir a España– sumando artículos y entrevistas desde Europa. En esa búsqueda, se puso de manifiesto la necesidad de articular lecturas y brindar herramientas de

interpretación de problemáticas que tienen en común países de habla hispana, entre las que se cuenta la concentración mediática y la gestión de medios con otros perfiles.

4) *Ajo*

<http://www.revistaajo.com.ar/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Ajo	Federico Polleri Andrea Pérez Calle Agustín Marangoni	Junio 2014	Si (dos anuarios 2015-16 y 2017)	Aportes por 100, 200, 500 pesos en su web a cambio de los anuarios	18.689	17.253 Facebook 3641 Twitter 1,216 seguidores Instagram 14 suscriptores Youtube	NO

El slogan de la revista autogestionada marplatense es “*Ajo*: periodismo de largo aliento”. El staff está integrado por Romina Elvira, Pablo González, Federico Polleri, Federica González, Andrea Pérez Calle, Leandro Rosso Quesada. *Ajo* se creó en junio de 2014, solo en formato digital, teniendo un rango de una a cinco publicaciones al mes hacia 2018.

En julio de 2016, la web fue hackeada⁵¹ habiendo dado aviso una lectora a la cooperativa editora. El hecho fue interpretado como un acto de censura, aunque en el mismo momento sus referentes comunicaron que se desconocían las causas puntuales del ataque. “Es importante, entonces, decirles que afectar así a este proyecto, que es autogestivo, va contra la necesidad de buena parte de la comunidad de encontrar un material que va más allá de los artilugios económicos y sociales de los poderosos mediáticos: es un acto de censura al periodismo libre”, se publicó oportunamente, aunque el sitio pudo ser controlado en pocas horas. Si bien al cierre de la escritura de este trabajo no se sabían las motivaciones del hackeo, no resulta difícil asociarlo con el creciente perfil investigativo que distinguió a *Ajo*, publicación interesada en denunciar hechos de corrupción política, institucional, empresarial y mediática ocurridos en la zona de Mar del Plata.

⁵¹ Ver en <http://quedigital.com.ar/sociedad/hackearon-ajo-censura-al-periodismo-libre/>

Sé lo que hicieron en el diario El Atlántico

Como en toda película de terror, la cosa termina mal. En muy pocos meses el Grupo Crónica vació El Atlántico, hizo desaparecer íntegra a su redacción y entregó la marca a su principal competidor. Un informe de largo aliento, que devela cómo y quiénes destruyeron un medio de comunicación histórico de Mar del Plata.

Tal como ya se señaló, Federico Polleri, su principal referente, fue ganador en 2014 del primer puesto en el concurso de ensayos sobre violencia de género, organizado por las universidades de Mar del Plata y de Lanús (UNLa). En junio de 2016, la UNLa presentó el libro "BASTA: Ensayos contra la violencia de género", que compila los trabajos premiados y destacados del "Primer Concurso de ensayos contra la violencia de género", incluyendo el ensayo periodístico *Mundo Porno: Erotismo colonizado, misoginia y negocios* cuyo primer borrador fue publicado en *Ajo*. Además de su labor en la revista, Polleri está vinculado a la Universidad Nacional de Mar del Plata ya que trabaja en la Dirección de Contenidos Audiovisuales.

En diciembre de 2015, *Ajo* editó su primer anuario luego de seleccionar 15 trabajos sobre 150 totales. "Nos decían que la gente no lee mucho y que las notas extensas ya no van. Que mensual mejor no, que del papel olvidate. Y un día, nos dimos cuenta que la gente sí lee notas largas. Y fuimos aprendiendo que *Ajo* puede ser todo lo que seamos capaces de imaginar. Entonces, entramos a imprenta. Una selección de algunas de las notas que circularon durante los primeros 12 meses de Revista *Ajo*, concentradas en un libro", anunció Polleri⁵². En el mismo contexto, el referente explicaba que la compra del anuario significó también un apoyo concreto y monetario de los lectores a este tipo de iniciativas periodísticas.

En julio de 2017, Polleri anunció en medios locales el lanzamiento del segundo anuario que *Ajo* presentó durante el mismo mes. En una nota con radio Residencias⁵³, se le consultó cuál era la situación de la revista en ese momento.

(...) es una pregunta que nosotros nos hacemos todo el tiempo. Revista *Ajo* tiene tres años ya, es una revista que intenta dialogar con la época, que es lo que nosotros creemos que debe hacer el periodismo y en particular y cualquier proyecto, en general, cuando las épocas van sufriendo modificaciones los proyectos van cambiando, modificándose, corrigiendo y haciendo movimientos de timón hacia determinados lugares que tiene que fortalecer o incluso expandir.

El editor daba cuenta así del segundo anuario, un material de *Ajo* editora, que resultó a la vez un proyecto de publicación de libros de periodismo. *Ajo editora* publicó una compilación de notas sobre temáticas de género llamada "Usinas de misoginia". A esta experiencia sumaron otra línea de

⁵² Polleri en una entrevista con un medio digital marplatense <http://quedigital.com.ar/cultura/revista-ajo-un-anuario-como-reflejo-del-trabajo-colectivo/>

⁵³ Radio Residencias, nota 21 julio, 2017. Disponible en <http://www.radioresidencias.com/51-noticias/7451-revista-ajo-lanza-su-segundo-anuario.html>

trabajo, que fue el dictado de talleres de capacitación y especialización como parte de la cooperativa y colectivo editorial. A nivel local (Mar del Plata) esa oferta era limitada, y se tuvo en cuenta distintos tipos de propuestas formativas, sumando un encuentro para capacitación en fotoperiodismo, entre otros.

En lo que refiere a sus rutinas y espacios de trabajo, *Ajo* cuenta con un lugar de encuentro, pasando de la redacción “virtual” como suelen tener los medios digitales a contar además con un espacio físico para realizar distintas actividades. Dicho lugar, que tenía una funcionalidad múltiple, estaba ubicado cerca del barrio La Perla de Mar del Plata, y fue acondicionado y decorado por el colectivo *Ajo*.

Su página web posee un doble menú de secciones, una en la parte superior: “*AJOXAJO*”, “*#AJOenpapel*”, “*aportá revista Ajo*”, “*autores*”, “*suscripción*” y “*contacto*”, y otra a un scroll en el home con “*artículos*”, “*Informes*”, “*Crónicas*”, “*Entrevistas*”, “*foto*” y “*columnas*”. Como en la mayoría de estas publicaciones, en el primer scroll se publican fotografías de gran tamaño, mientras que al desplazar el mouse hacia abajo el diseño brinda textos con fotos y posibilidades de suscripción y de apoyo mediante aportes y la compra del anuario. En el marco de la entrevista para este trabajo, Agustín Marangoni, colaborador, consideró que el estilo de la revista denotaba un lector no necesariamente académico.

“Yo he escrito papers, conozco el vocabulario, conozco todos esos laberintos conceptuales que les gustan, esos lenguajes encriptados, pero me parece bochornoso eso proyectado en el

periodismo, me parece bochornoso y hasta triste. Vamos a hablar en una postura de compromiso político, me parece que el periodismo ante todo tiene que ser popular, el periodismo es una herramienta popular, una herramienta que tiene que llegar a todos los horizontes y mejor aún si es un periodismo popular que trabaja sobre un tema complejo (...). Entonces cuando uno está escribiendo, mi máxima preocupación no es saber si la persona que me va a leer tiene tal edad o tal título universitario, sino que mi mayor preocupación es que cualquiera que leyera ese texto lo entienda y se divierta, aun cuando esté hablando sobre la muerte”⁵⁴.

En una entrevista realizada para *Qué Digital* por Juan Manuel Salas, en 2014, Polleri explicaba las ideas que motivaron a la creación de la revista, las cuales fueron “afinidad” y “compartir una mirada muy crítica del momento actual que está viviendo el periodismo en general”. Así señalaba un fenómeno que tienen en común los proyectos periodísticos estudiados, que tiene que ver con que muchos de sus editores o colaboradores trabajan en medios generalistas por lo que comparten la necesidad de investigar y publicar otros géneros y temarios.

Otras características dadas fueron la necesidad de expresarse como colectivo e individualmente, y el hecho de alcanzar la posibilidad de consolidar un medio “que la gente tenga ganas de leer”. Para eso, las coberturas descritas refirieron a un mayor tiempo de reporteo que resultó en profundidad para el tratamiento de los temas “de largo aliento”, algo que se reflejó en las notas publicadas y en el despliegue de recursos narrativos. Además, el editor señaló que la producción informativa condicionaba la agenda y las posibilidades de decir en términos de independencia, siendo también otro condicionante la falta de formación de los periodistas en general, por lo que hacer un medio propio implicó “un aprendizaje constante”.

Ajo es un medio de segunda lectura, que intenta hacer periodismo de largo aliento, esto es, que no intenta correr tras la noticia caliente, tras la coyuntura sino darnos el tiempo para reflexionar y pensar, y para tratar temas que vayan un poquito más a fondo. El problema es que a veces hay temas de agenda que a veces nos interpelan de una manera más urgente y nos hacen preguntarnos de qué manera nosotros deberíamos responder sin perder identidad. A veces dan ganas de decir, bueno basta, salgamos a dar respuesta y a contar situaciones que apremian, o que dan la sensación. Es un tono y una velocidad, que incluso que antes no era

⁵⁴ En la entrevista para este trabajo con Agustín Marangoni.

tal, el bombardeo de políticas antipopulares (...). Y eso a los que nos dedicamos a contar esa realidad esto nos interpela. (...) ⁵⁵

Para Polleri, las cooperativas y la autogestión representaron alternativas que garantizaban la independencia y otro tipo de relación con sus destinatarios.

Eso quiere decir que el interés primero y último está en la información y el vínculo entre lo que produce el medio y lo que reciben los lectores. El compromiso es que no va a haber operaciones políticas en nuestro medio y que no habrá otros intereses que no sean transmitir los mensajes, porque en definitiva el mensaje es el medio. (...) Cuando salimos, hicimos la revista con un hosting que no soportó el lanzamiento, no fue torpeza técnica, realmente no pensamos que iba a pasar eso. Hay que ir construyendo el tipo de lector que el medio ofrece, a partir de esa relación, se genera un vínculo entre una publicación y sus lectores.

⁵⁵ Entrevista de radio Residencias con Polleri.

5) *Deodoro* (UNC)

<http://deodoro.unc.edu.ar/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Deodoro	Guillermo Vázquez Matías Lapezzata Rocío Longo	versión digital 2013	Si (ediciones desde 2010)	Universidad Nacional de Córdoba (UNC)	9.021	4.895 Facebook 303 Twitter	Si

El promedio de extensión de los textos está expresado en caracteres con espacios

Deodoro -en alusión al dirigente universitario reformista y activista de derechos humanos cordobés-, *la Gaceta* de la UNC, fue una publicación mensual de la Editorial de la UNC desde 2010 y estuvo disponible (por un valor de diez pesos) en kioscos de revistas, librerías y espacios culturales de Córdoba.

Su versión digital se lanzó en 2013 más que nada como archivo de la versión en papel y dejó de actualizarse en 2016, producto de situaciones coyunturales relacionadas a las gestiones de rectorado de la UNC.

El equipo de trabajo estuvo conformado por Guillermo Vázquez director, Matías Lapezzata -secretario de redacción-, Rocío Longo -coordinadora institucional-, y su consejo editorial fue integrado por Natalia Arriola, Agustín Massanet, Gonzalo Puig, Fwala-lo Marín. Las alumnas Carolina Dupraz y Clara Presman trabajaron como ayudantes, la corrección correspondió a Raúl Allende y el diseño a la prosecretaría de Comunicación Institucional, UNC.

Deodoro se posicionó como “un lugar para pensar los objetos culturales que la ciudad produce” y buscó diferenciarse del formato agenda cultural. En la web, aún pueden descargarse números en PDF.

Lapezzata señaló en entrevista que el soporte digital era como una apoyatura casi necesaria a una publicación que fue pensada desde el comienzo en papel. En efecto: el sitio web no presentó secciones a simple vista, aunque tenía fotografías de gran tamaño respetando cierta estética para este tipo de medios. El menú desplegable brindó cuatro posibilidades desde las que se ofreció información sobre lugares de distribución, equipo de trabajo, autoridades de la UNC, y contacto. Para buscar categorías, había un submenú desplegable con “Artes visuales, Cine y Tv”, “Cuentos-Crónicas”, “Dossier-ensayos”, “Editoriales”, “Entrevistas”, “Fútbol”, “Literatura” y “Música”.

Debido a que se produjo en el contexto organizacional académico, el temario fue teniendo forma en virtud de los cambios de dirección que marcaron los distintos momentos la publicación. En principio, la intención era hacer textos críticos sin limitaciones para los colaboradores.

En lo que refiere a sus lectores, Lapezzata consideró que “como equipo de laburo, siempre pensábamos en un lenguaje no especializado y en un lector no especializado especialmente en términos académicos, sino que la revista lograra un espectro de intereses amplios, que tuviera un registro de lectura que pudiera ser de comprensión general”. Además, una estrategia que se generó para la discusión de los temas tuvo que ver en específico con proponer espacios de encuentro con interlocutores diversos. La web contó asimismo con una sección específica para crónica que no estuvo pensada originalmente para la versión digital, sino que resultó del ordenamiento de las notas de papel que quisieron compartir *on line*.

En torno a cómo se aprovechó el paso al formato digital, Lapezzata explicó que:

(...) fue algo que nunca salió del todo para ser sincero. Trabajábamos con pocos recursos, hacíamos lo que podíamos, pero siempre vimos cómo se nos escapaba la chance de hacer un buen producto digital. La idea era cómo dar batalla en el campo de las publicaciones digitales. Ahora hay muchísimas revistas, en ese entonces y con éxito estaban, *Anfibia*, *Panamá* y dos o tres más. Ahora en Córdoba hay más revistas más que recomiendo (...): *Islandia* y *La Tinta*. Nosotros, de hecho, en alguna oportunidad, trabajamos en conjunto con algunas instituciones y varios números e hicimos como concursos donde publicaban crónicas ganadoras y hacían libros con eso, había como toda una apuesta por ese lado también.

INTERNET ARCHIVE

WayBackMachine

<http://deodoro.unc.edu.ar/>

BROWSE HISTORY

<http://deodoro.unc.edu.ar/>

Saved **13 times** between [noviembre 12, 2013](#) and [noviembre 29, 2016](#).

PLEASE DONATE TODAY. Your generosity preserves knowledge for future generations. Thank you.

6) *Telaraña Digital*

<http://www.xn--telaraadigital-vnb.com.ar/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Telaraña Digital	Alfredo Hoffman Gisela Romero, Silvina Mernes, Betiana Spadillero	Se editó entre 2012 y 2016 En 2018 volvió a publicar	Si ediciones entre 2006-2009	Venta publicidad directa gremios, gubernamentales, comercios barriales Canje.	8.686	1.807 Facebook 531 Twitter 9 suscriptores Youtube	Si

Creada inicialmente de papel (2006-2009), se publicó en soporte digital entre 2012 y 2016, y permaneció alrededor de dos años sin volver a actualizar para ofrecer nuevo material en 2018, es decir fuera del período estudiado.

La versión web fue continuación de la revista *Telaraña* (Hilos de lo cotidiano) que circuló en Paraná, Entre Ríos, mensualmente en sus inicios y bimestralmente sobre 2009. El diseño en *Telaraña Digital* contempló algunas de las secciones de aquella experiencia, aunque la amplió en virtud del material obtenido a “Informes”, “Miradas”, “Perfiles”, “Imaginarios” en la parte superior y debajo “Memoria”, “Género”, “Política”, “Justicia”, “Cultura”, “Trabajadores” y “Vida Cotidiana”.

Después de cuatro años del sostenimiento de su versión digital, en la jornada del 28/9/16, la revista informó a sus lectores que iniciaba un periodo de pausa en la producción de nuevas notas. Mientras tanto, indicaron, se podía acceder al material de archivo.

Sobre la causa de la suspensión de las actualizaciones, Alfredo Hoffman, editor, explicó que:

(...) la razón es por las actividades propias de los miembros, de los que hacíamos la revista, éramos tres personas en ese momento, de las cuales una ya no podía seguir participando por unas

ocupaciones en otros trabajos y los otros dos que quedábamos, privilegiamos otros proyectos. Decidimos no dar de baja a *Telaraña* y seguimos pagando el hosting, la página está activa, pero no se está actualizando, siempre con la idea de que en algún momento podamos volver a retomarla. Nos tomamos esa libertad porque el proyecto siempre fue una oportunidad para poder hacer periodismo que nosotros nos interesa hacer y que no podemos desarrollar en los lugares como trabajadores de prensa.

Desde su inicio, el equipo de trabajo estuvo conformado por tres editoras y un editor, Gisela Romero, Silvina Mernes, Betiana Spadillero y Hoffman, hasta que Spadillero se mudó a otra provincia. El temario de producción propia se abocó a temáticas de movimientos sociales y Derechos Humanos, como derechos de las mujeres, diversidad sexual y problemáticas como la inseguridad y gatillo fácil. Aquí la trayectoria biográfica del editor también es un componente esencial del estilo de la publicación. Hoffman, es especialista en temas de Derechos Humanos y tiene afinidad con la agrupación HIJOS, dado que ha escrito e investigado en relación con la restitución de identidad a hijos de desaparecidos⁵⁶. Para el editor, la sección “Vida cotidiana” fue la que mejor definió a la versión de papel dado que alcanzaba experiencias locales. En aquel entonces, se pensó una revista que editaría cinco números al año, de forma temática.

Cuando conformó la versión digital de *Telaraña*, los textos tuvieron el mismo formato y requerimientos pensando en un tipo de lector “comprometido” con los temas abordados, algo que corroboraron al leer devoluciones o comentarios en redes sociales. Para este equipo, las ventajas de Internet están dadas mayormente en el alcance geográfico de sus textos e investigaciones, llevándolos a más lectores y permitiendo que se conozcan temáticas de identidad local e historias colectivas que marcaron el pasado y el presente entrerriano. En sintonía con dichas coberturas e investigaciones, resulta interesante la mirada crítica de *Telaraña Digital* con relación al tratamiento que los medios generalistas hacen en torno a determinados temas como los de Derechos Humanos, espectacularizando, victimizando o cuestionando a los protagonistas de las historias.

⁵⁶http://memoria.telam.com.ar/noticia/presentan-cronica-sobre-una-restitucion-de-identidad_n2131

También es de interés la mirada de estos editores en torno a sus lectores, ya que en este proyecto no interesaron tanto las métricas sino los comentarios cara a cara o los aportes de los lectores en relación con los temas abordados. En ese sentido, el lector emergió también en las discusiones sobre el diseño y las modalidades para archivar y conservar los textos a partir del formato digital.

Tal como dijimos, y en virtud del seguimiento que hicimos a la publicación, comprobamos que el 1 agosto de 2018 la revista volvió a publicar después de sus casi dos años de silencio (desde septiembre 2016). La primera nota de actualización se tituló “Una justicia sin perspectiva de género”. En días subsiguientes se subió el material “Fuerte rechazo ante la absolución del juez Carlos Rossi” (2 de agosto), “Cuando la base es la cumbre” (3 agosto); además de “Al servicio del robo de bebés” (05 agosto 2018), y “Que el aborto sea ley” (8 agosto). A eso se sumaron avisos para conectar con redes sociales de la revista (Facebook, Twitter) como aporte al diseño.

El sistema de Salud entrerriano en crisis

Sonia Velázquez, ministra de Salud provincial, advirtió que el Gobierno nacional recortó en más del 50% el presupuesto para la salud entrerriana. Dijo además que la cartera tuvo que desembolsar más de 32 millones de pesos para pagar la luz de hospitales y centros de salud, y expresó su preocupación por el aumento de los insumos.

(+)

Las grietas del silencio

En el juicio por el caso de los mellizos Valenzuela Negro, va quedando claro que los médicos Torrealday, Vainstub y Rossi no pudieron ignorar la internación de los bebés en el IPP y su entrega a quienes terminaron de ejecutar la sustracción y la sustitución de sus identidades.

(+)

Detenido y maltratado por activista

Iván Malajovich contó los malos tratos que sufrió durante su detención en la cárcel de Paraná, acusado por infracción a la Ley de Estupefacientes. Aseguró que es perseguido por militar públicamente por la despenalización de la marihuana.

(+)

EL
COLECTIVO
PARA JUSTICIA PROPIA MUEVA

Mujeres
+ Tramando

7) Escritura Crónica

<http://www.escrituracronica.com/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Escritura Crónica	Agustina Grasso Cynthia Finvarb Lucía Sierra	2012 (blog) 2016	No	Autogestión Talleres	7555	2.661 Facebook 1.144 Twitter 2425 Instagram 2 Suscriptores Youtube	No

La extensión promedio está expresada en caracteres con espacios

Escritura Crónica se creó en 2012 como un blog portfolio de la periodista Agustina Grasso, quien al igual que otros editores trabaja en un medio generalista (*Perfil*) y dicta talleres de crónica en las universidades de Avellaneda (UNDAV) y La Matanza (UNLAM). En 2016, EC devino en revista especializada abriéndose a otras voces de cronistas colaboradores.

La misión de la publicación apareció en su primer slogan: “crónicas ágiles para una realidad apurada”. El formato de esta web resulta ser ejemplo de la evolución de la plantilla de blog que muchos periodistas tuvieron en décadas pasadas y que terminaron con formato magazine. Si bien la

web no tuvo el tipo de diseño personalizado de otras publicaciones, se apostó a un sitio minimalista y a títulos atrayentes.

Incluso, el elemento distintivo fue la corta extensión de sus textos como especialidad pensada para el soporte digital. Sus secciones se denominaron “Crónicas”, “En primera persona”, “Lugares” y “Perfiles”, marcando una agenda con relatos de viajes, experiencias y situaciones de la vida cotidiana propuestas desde una escritura muchas veces autorreferencial.

El núcleo del proyecto se conforma además de Agustina Grasso (Idea y dirección), con Cynthia Finvarb (contenidos y redes), Guillermina López Pumarega (Arte y diseño), y el sitio ofrece sus biografías resumidas en siete líneas, con fotografía. También, Escritura Crónica sumó a 15 colaboradores que pueden buscarse en la página según autor. El proyecto ha contado con reconocimientos de la FNPI, de Google, Open Society Foundation, Sembra Media; y TED. Muchos de los colaboradores, según explicó Grasso, se ofrecieron para hacerlo voluntariamente a partir de sus clases. Uno de los aspectos que más llamó la atención de este proyecto fue la mención y empleo del formato ágil que representaba la adaptación de la crónica al medio digital, siendo el medio más cercano a las tendencias de lectura en pantallas de celulares apuntando a una franja de lectores adolescentes y jóvenes.

(...) nosotros usábamos mucho de referente a Revista *Anfibia* y varias personas nos habían comentado “Uh viste la crónica que salió ayer, no la terminé de leer, me quedé mal y la dejé para más adelante” y un montón de gente me decía eso. Entonces empecé a pensar qué identidad podemos tener, por eso surge la bajada: “Crónicas ágiles para una realidad apurada” porque sabemos que hoy en día, sobre todo la gente de las ciudades, tiene muchas actividades, mucha cosa, pero a la vez tiene sus tiempos muertos, qué se yo, viajando, y tenés siempre un dispositivo móvil a mano, tenés el celular, entonces como tratando de adaptarnos a esa realidad es que dijimos que sean textos cortos, que eso no quiere decir que igual sean textos con mucho laburo, porque no es que porque sean cortos se hacen en 10 minutos; la verdad es que nos llevan un montón de tiempo (...)

La adaptación de la crónica en diseño y recursos de escritura (extensión) no representa, sin embargo, el único rasgo que sirve a los fines de la construcción de marca. En Escritura Crónica también se trabaja el temario desde una perspectiva que pone en valor lo testimonial para tratar temas relacionados a movimientos sociales como el feminismo y géneros. Otro elemento en el que nos detuvimos fue su manual de estilo, elaborado para ser enviado a los colaboradores, donde se describen las pautas de escritura y los criterios generales, a la usanza de las redacciones tradicionales. También supimos por medio de la entrevista a Grasso que *Uno* y *Movistar* se interesaron en algunos de los textos publicados en EC como producto ideal para promoción de la lectura en móviles por parte de usuarios adolescentes y jóvenes⁵⁷.

MANUAL DE ESTILO

www.escrituracronica.com

⁵⁷<https://articulos.uno.com.ar/>

Como se dijo, Escritura Crónica recupera la tradición del manual de estilo. Allí presenta sus secciones y da cuenta de las pautas de redacción para colaboradores articulando el estilo y los criterios de redacción (extensión) en relación con un hipotético lector.

- Contar una historia atrapante e interesante, que no sea ficción, y que pueda chequearse periodísticamente.
- No sobrepasar los 4 mil caracteres.
- Para que los relatos tengan fuerza, conviene utilizar oraciones más bien cortas y que todas tengan un sentido.
- Te recomendamos las siguientes consideraciones:
 - Pensar desde dónde se cuenta la historia , qué tipo de narrador utilizar . -Usar recursos literarios como metáforas, anáforas, y enumeraciones. -Incluir descripciones y escenas.
- Además, como promovemos el lenguaje transmedia, sería genial que tus textos vengan acompañados de fotos, videos y/o audios.

Algunas crónicas de EC fueron utilizadas en *UNO* para promover la lectura en dispositivos móviles de usuarios adolescentes

8) *Islandia*

Fecha de inicio formal del proyecto: 2016. <http://www.islandia.com.ar/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Islandia	Leandro Groshaus Pablo Carrizo	2016	No	Autogestión (Sin aportes)	10.484	11.631 Facebook 95 Twitter No Instagram	Si

La extensión está expresada en caracteres con espacios

La creación de este medio nativo digital cordobés cuyo slogan es “Islandia: nada está tan lejos” responde a una “necesidad política” anunciada por sus editores. Sus secciones se relacionan con un estilo editorial informal y autorreferencial cuyos nombres son “merodeos”, “llamadas perdidas”, “golpes de vista”, “dos cafés en jarrito”, “mundillos” y “una remera que diga”, haciendo referencia al género crónica, ensayo, fotografía, entrevista, relato y viñeta, respectivamente. Sus editores son Pablo Carrizo y Leandro Groshaus quienes contaban con un grupo de 25 colaboradores que iba en crecimiento.

De acuerdo a lo que expresó Groshaus en su entrevista en profundidad, el nombre de la publicación se relaciona estrechamente con establecer un diálogo con otros medios digitales que tienen nombres de países, tales como la revista *Panamá*⁵⁸, y además subrayar la idea de aislamiento, algo que a su entender está estrechamente asociado a la idiosincrasia cordobesa. El nombre y la publicación entonces fueron una crítica a los procesos internos provinciales que muchas veces pueden no ir de la mano con los nacionales, en el sentido en el que el interior del país cuenta con una dinámica propia. Ante esto, la invitación de quienes hacen *Islandia* tiene que ver con pensar Córdoba “como una isla inventada” pero también como un nuevo territorio de lo posible.

Siguiendo nuestros objetivos de investigación consideramos que, al hacer referencia a los proyectos y sus motivos de creación, los editores también hacían referencia, en parte, a la transformación de los contextos que narraron en relación con sus lectores. Groshaus en ese sentido confirmó que al interior de la revista se hablaba con frecuencia del tema.

(...) también forma parte de nuestra estrategia a la hora de pensar qué notas y cómo trabajarlas, porque si bien hay un núcleo duro de lectores, que quizás están más arriba, les interesa y leen la mayoría de las notas, que podríamos definir como universitarios de entre 25 y 50 años, de clase media, con preocupaciones más políticos-culturales, vinculadas a un progresismo. Si bien es el núcleo duro, son ciertos grupos de los cuales nosotros somos parte, digamos que “somos nosotros mismos”. También lo que vemos y creemos es que hay

⁵⁸<http://panamarevista.com/>

notas específicas que tienen circuitos muy específicos, muy modulares y nos interesa explorar esos grupos, grupos de interés que son distintos a este núcleo duro que te caracterizaba recién (...) Creemos que efectivamente el recorrido que tienen las notas de la revista es un recorrido donde, obviamente, la autopista son las redes sociales básicamente pero que además tienen recorridos específicos; una nota de una crónica sobre un día de pesca tiene un recorrido muy distinto al que tiene una nota sobre un conflicto político-sindical en Córdoba. Nos parece interesante darles vida a esos círculos, explorarlos, sondearlos, forzar, entrar como en esos mundos, es un ejercicio que no queremos perder.

Groschaus relata así que *Islandia* se planificó durante largo tiempo y que llegó como una decisión de apertura a quienes quisieran colaborar, pero también como una contribución a un espacio de debate que se estaba dando a nivel nacional con otras publicaciones -por ejemplo, de Rosario o Buenos Aires.

Cuando se inició la web, se contó con unos veinticinco colaboradores periodistas que se conocían previamente y tenían afinidad entre sí. Las primeras notas sin embargo no resultaron muy políticas sino culturales-literarias, con ensayos fotográficos, y una fuerte presencia de viñetas.

A partir de su lanzamiento, el trabajo editorial asume la necesidad de planificar las publicaciones y actualizaciones. Luego hubo interés en la coyuntura, a partir de algunos acontecimientos específicos.

9) Big Sur

<http://www.bigsur.com.ar/>

REVISTA/NOMBRE	DIRECTOR/Staff	AÑO CREACIÓN	VERSIÓN PAPEL	FINANCIAM	PROM. EXTENSIÓN DE LOS TEXTOS	REDES SOCIALES (mayo 18)	COMENTARIOS EN LA WEB
Big Sur	Pablo Siciliano y Diego Siciliano	Se editó entre 2016 y 2017	No	Autogestión (sin aportes)	7.612	11.932 Facebook 468 Twitter 357 Instagram 43 Suscriptores Youtube	Si

Se creó en 2016, y su staff estuvo conformado por Pablo Siciliano y Diego Siciliano, dos hermanos oriundos de Chubut. Colaboraron en el lapso de un año (actualmente no actualiza ni está on line) alrededor de 70 periodistas que escriben para medios generalistas locales (Trelew-Comodoro Rivadavia), entre los que se sumaron referentes que representan perfiles de un escaso periodismo especializado.

Tuvo un menú con las secciones “lugares”, “entrevista”, “3 Minutos”, “Preguntas contra la pared”, “Actualidad”, “Bigsur data”, “Contratapa”, “Editorial” y “Debate”. Las opciones de suscripción y de contacto aparecían en el borde superior izquierdo, separado de las secciones temáticas, mientras que en el borde derecho se ofreció un buscador. La página también proponía un ranking de las notas más leídas, pestañas de autores destacados y una nube de tags o etiquetas. Las fotografías en cambio, no tuvieron el tamaño estándar para estas publicaciones en el home-slide,

sino que resultaban un poco más pequeñas. Al momento de escribir este trabajo, la página no estaba disponible en la web.

“Cuando comenzamos a imaginar *Big Sur* surgió una pregunta cuya respuesta aún permanece esquiva: ¿qué es la Patagonia? Aunque el trabajo del periodista no es proporcionar verdades sino hacer las preguntas correctas. Nuestra incapacidad para llegar a alguna conclusión dejando de lado, claro, la cuestión geográfica, nos sumergió en una suerte de vacío”, reflexionaban en la web de *Big Sur*, un proyecto que pensó a la crónica como una de las posibilidades para captar lectores y trabajar temas de modo diferente a los medios generalistas. En tal sentido, resultó ser una publicación original, ya que no se conocen antecedentes de medios dedicados a la crónica u otros géneros narrativos en Patagonia central.

Big Sur apunta a un público específico, un público que ya leyó la noticia y que quiere entenderla de otra manera y a veces no te basta tres párrafos para resumirte algo. La pirámide invertida funciona cuando vos querés contar algo nuevo o novedoso. Nosotros escribimos crónicas, en muchos casos, o análisis. Una crónica periodística es un cuento y te dura lo que dura (...) Cuando el texto es bueno y llama la atención de la gente, lo leen todos, a la gente le gusta, se siente parte de algo cuando leen un texto largo de una revista especializada, de gente local. Iván Marín escribió una nota muy leída que se llama *La noche más oscura*, sobre el caso de un chico que violaron en la comisaría segunda de Trelew, la nota fue muy leída y es re larga, pero a la gente no le importa la extensión de la nota porque apuntamos a un público de gente que lee. No es que lee todos los días y que lee Nietzsche, simplemente, le interesa estar actualizada⁵⁹.

Uno de los colaboradores de *Big Sur*, Pablo Rizzo Torres, ganó el Premio Fopea⁶⁰ al periodismo de investigación, por el trabajo titulado “Malestar en la fábrica”⁶¹.

En lo que refiere la misión del proyecto, reflejada en el estilo, Siciliano describía cómo los medios provinciales habían evitado durante décadas escribir editoriales y notaba cómo al reincorporarlos a sus ediciones (caso del diario *El Patagónico*) daban cuenta de un lugar de subordinación de los habitantes de la región. En ese sentido, “nosotros no hacemos opinión, tomamos un tema y lo desarrollamos hasta el fondo”, aseguraba Siciliano. Una característica distintiva de la revista fue su manejo formatos multimedia además de los textos, con noticias

⁵⁹ Siciliano en la entrevista para este trabajo.

⁶⁰ <http://www.premiofopea.com/>

⁶¹ Aunque ya no están disponibles en la web, los textos de la investigación se publicaron en varias entregas. <http://www.bigsur.com.ar/nota/malestar-en-la-fabrica>; <http://www.bigsur.com.ar/nota/en-el-corazon-del-monstruo>; <http://www.bigsur.com.ar/nota/en-la-linea-de-produccion>, <http://www.bigsur.com.ar/nota/viaje-al-fin-de-la-fabrica>

contadas en 45 segundos, sumando un planificado despliegue en redes sociales desde su lanzamiento.

Al cumplir un año de existencia, *Big Sur* se propuso llegar a 10 mil seguidores en Facebook, y logró 12 mil. Las últimas actualizaciones estuvieron vinculadas al temporal ocurrido en marzo-abril de 2017 que puso a la ciudad de Comodoro Rivadavia en los titulares de medios nacionales, tema que compartió espacio con artículos en torno a la crisis petrolera en la región.

Big Sur compartió una publicación.

25 de diciembre de 2016 · 🌐

#AnuarioBigSur2016 La nota más leída del año fue "El hotel que está solo y espera", una imperdible crónica de [Diego Siciliano](#) sobre un pueblo chubutense que aguarda desde hace años la llegada de la minería y su hotel llamado, significativamente, la Esperanza.

Big Sur

20 de marzo de 2016 · 🌐

No dejen de leer esta crónica impresionante de Diego Siciliano sobre Gastre, un pueblo en suspenso que espera la llegada de la minería y su hotel llamado, significativamente, La Esperanza. Conocé esta historia increíble en [Big Sur](#)

El hotel que está solo y espera

Un pueblo a punto de desaparecer espera el milagro de la minería.

[BIGSUR.COM.AR](#)

CAPÍTULO 3. Referencias teóricas: lecturas de aproximación

El presente marco de referencia tiene como propósito poner de manifiesto los conocimientos y conceptualizaciones que dialogan con nuestro objeto de estudio. Como notará el lector, no es objeto de este apartado ahondar en los antecedentes de la crónica como género periodístico y literario, dado que ya existen excelentes elaboraciones al respecto, basta con citar tan solo uno de los trabajos que consideramos más destacados, como el de Chillón (1999).

En cambio nos interesa hacer referencia a qué es teoría en este trabajo, dado que es una pregunta que hemos hecho en distintos momentos del proceso de investigación y en relación con nuestro diseño metodológico.

En primera instancia entonces quisimos reflexionar en torno a la Teoría Fundamentada (TF) para la cual una teoría es un entramado de categorías que emergen de los datos y que están interrelacionadas y enunciadas de modo tal que permiten caracterizar y, en ocasiones explicar, los rasgos principales de un fenómeno social.

Al respecto, la propuesta clásica de la Teoría Fundamentada (que en realidad no es una teoría sino un método) tiene una versión más ortodoxa que exige evitar la enunciación de modelos teóricos en el inicio de la investigación para no inducir patrones deductivos en el análisis posterior. Sobre este punto, queda de manifiesto la preocupación de sus referentes en tono a aquella dimensión empírica que, a su entender, debe tener toda investigación.

En tal sentido, Glaser y Strauss (1967) distinguen teorías formales y sustantivas –siendo las primeras aquellas que son más abarcativas y aplicables, mientras que las segundas permiten explicar problemas específicos, circunscriptos a espacio y tiempo-. De manera posterior, Strauss y Corbin (1998) distinguen a las que llamaron teorías especulativas de las explicativas, dado que, para ellos, las primeras resultan formulaciones no fundamentadas en datos siendo meras proposiciones conceptuales. Más allá de no desconocen los debates sobre el papel de la teoría en Ciencias Sociales, sobre cualquier otra objeción, sostienen que las propuestas que no tienen una dimensión empírica no pueden ser llamadas teorías sino “marcos teóricos” (Strauss y Corbin, 1998, p. 36). Siguiendo la discusión, consideran que, por ejemplo, el interaccionismo no es una teoría sino un *marco teórico* que sirve para generar preguntas teóricas, pero –a su entender- dichos interrogantes pueden distraer a los investigadores de lo que “realmente importa”, es decir, los datos cualitativos.

Hoy sabemos que tal ortodoxia puede resultar contraproducente⁶² y que, en cambio, debemos desarrollar cierta sensibilidad teórico-metodológica para repensar diseños de investigación

⁶²Profundizamos en este aspecto en el capítulo metodológico y en las conclusiones.

que estén al servicio de nuestros objetos de estudio.

Para entender el posicionamiento de los autores clásicos de la Teoría Fundamentada en torno a qué es teoría además recurrimos a la búsqueda de antecedentes en la fenomenología y el interaccionismo simbólico. En lo que hace a la fenomenología, hablamos de una corriente filosófica cuyo propósito es “conocer a los objetos tal y como son dados a la conciencia cognoscente, a partir de lo cual se busca inferir los rasgos esenciales de la experiencia y lo experimentado” (Rizo García, 2008, p. 44). Ese impulso inductivo, que pone en primer lugar al conocimiento del mundo que tienen los sujetos a partir de sus experiencias, priva de referencias teóricas al proceso investigativo (Rizo García, 2008, p. 45). Justamente, la fenomenología es “el estudio de las esencias, dado que considera que no se pueden comprender al hombre y al mundo si no es a partir de la factibilidad” (Rizo García, 2008, p. 45). El procedimiento irá entonces desde ese nivel a otros más abstractos.

Estos postulados se imbrican a los del interaccionismo simbólico que ofrece una serie de supuestos clave para la comprensión de los lineamientos del método. Estos son:

- 1) Los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de significaciones que estas cosas tienen para ellos
- 2) la significación surge de la interacción social
- 3) esas significaciones se utilizan como proceso de interpretación efectuado por la persona en su relación con las cosas que encuentra y que se modifican en el proceso.

De este modo, Rizo García (2006) nos recuerda que el interaccionismo simbólico es una corriente que recupera elementos de corte psicosocial aunque a la vez propone consideraciones sociológicas, que pueden inscribirse en las reflexiones de la sociología fenomenológica. De la psicología social rescata la necesidad de considerar tanto al individuo como a los procesos sociales; mientras que, de la sociología fenomenológica, además del interés por el análisis de la vida cotidiana toma la idea de la intersubjetividad como proceso mediante el cual se construye colectivamente la vida social (Rizo García, 2006, s/p).

Si bien no es motivo de este trabajo ahondar en los fundamentos filosóficos y teóricos de la Teoría Fundamentada, nos resultó pertinente apuntar aspectos destacables de esas lecturas, dado que a partir de ellos creamos nuestra premisa principal, que tiene que ver con que el modo de relación o interacción que se establece entre sujetos (periodismo literario digital) y su objeto de conocimiento (el mundo, los lectores), puede ser analizado desde los sentidos que se procesan y comunican mediante experiencias colectivas.

Tuvimos en cuenta además que la comunicación mediada queda fuera de las posibilidades de análisis del interaccionismo y de la fenomenología, por lo que tomamos una serie de

determinaciones para el análisis siguiendo los pasos de otros autores de referencia tales como Strauss y Corbin (2002) y Charmaz (2013).

Para cerrar estas coordenadas iniciales, citaremos a Sautu (2003), quien define teoría de un modo amplio, lo que nos permitirá reflexionar más adelante.

Teoría son, tanto supuestos epistemológicos contenidos en forma explícita o implícita en el paradigma que se elija, como también las teorías generales de la sociedad y el cambio histórico; las proposiciones y conceptos derivados de teorías sustantivas propias del área, a lo que suma las teorías y supuestos relativos a la medición, la observación y la construcción de los datos y la evidencia empírica; y las hipótesis estadísticas descriptivas e inferenciales y cuestiones vinculadas a la formulación de regularidades y pautas empíricas, e inferencias de proposiciones teóricas y construcción de conceptos teóricos” (Sautu, 2003, p. 9).

Según Marradi, Archeti y Piovani (2007) teoría es un término polisémico y paradójico porque sólo es posible definirla en un marco metacomunicativo de una teoría. Añadiremos que los modos de escritura y de enunciación de los postulados teóricos también problematizan una posible definición. Alcanza con releer -para comparar estilos –a Foucault (1975) o Roland Barthes (1957)- donde el componente ensayístico y narrativo interpela otros modos de formular teoría.

Diálogos sobre el macrogénero narrativo

Un paso primordial para la constitución del corpus fue definir crónica, por lo que decidimos revisar los antecedentes y clasificaciones del macrogénero narrativo (que está compuesto por subgéneros). De esa manera encontramos a la noción de crónica como epicentro de diversas propuestas que pueden asociarse en primer lugar a la producción informativa, a la necesidad de enseñanza del oficio periodístico y de manera posterior a la institucionalización de los estudios de periodismo y comunicación que enriquecieron la producción de conocimiento.

Entre los pioneros podemos considerar a Martínez Albertos (1991) quien presenta cuatro géneros que a la vez remiten a la historia del periodismo, es decir, a) género ideológico; b) informativo; c) interpretativo, de explicación y d) de opinión.

Como puede observarse, el autor apunta a distinguir, -de la mano del mito de la objetividad periodística- a la información de la opinión e ideología periodística. En ese marco, la crónica se asoció al género interpretativo siendo parte de un grupo de textos problemáticos –desde el punto de vista de quienes se interesaron en delimitarla- ya que no se constituye ni como relato ni comentario, situándose en la frontera entre la información y la opinión (Edo, 2009, p.49).

Precisamente, para Edo (2009) las clasificaciones del pasado caen en desuso dado que, si los géneros interpretativos están escritos con profesionalidad, brindan una visión más completa de determinados hechos y situaciones; lo que nos lleva a una segunda categorización posible de estos textos pensando en una necesidad más social que estilística.

Para Borrat (1989) y Fontcuberta (1993) los géneros se denominaron “narrativos”, “descriptivos” y “argumentativos”; mientras que Bernal y Chillón (1985) defendieron una propia clasificación: géneros del *reporterismo/noticiosos* (de actualidad inmediata: noticia y crónica; de actualidad amplia: reportaje, entrevista y perfil); de *responsabilidad corporativa*, *géneros de autor*, *de responsabilidad institucional o individual* (institucional: editorial, suelto, nota de la redacción, individual: columna, artículos, cartas de lectores); y *géneros del periodismo especializado* (crítica, crónica especializada, comparativos).

Bergero (2004) releva autores y posicionamientos clásicos y así señala que la crónica estuvo presente en todas las clasificaciones, aunque puntualiza una “falta de acuerdo en torno a cuáles son sus rasgos específicos, dado que podría ubicarse por igual dentro de los opinativos como de los editorializantes” (Bergero, 2004, s/p).

Además, si el modo de destinación no permite hacer distinciones claras, se suma a eso hipotéticas lecturas de los textos y rasgos de los lectores. Por ejemplo, para Martínez Albertos (1983) quien lee un diario o una revista busca adquirir una idea aproximada de lo que ocurre y sentir lo que sienten los protagonistas de las historias a través de la propuesta del narrador (Martínez Albertos, 1983). Para Peralta y Urtasun (2004), la nota informativa y la crónica se pueden explicar desde las necesidades de informar y de ampliar la información, respectivamente.

Por su parte, Edo (2009) problematiza los intentos por definir y clasificar a los géneros narrativos y periodísticos.

(...) al final, unos y otros acaban por admitir los mismos géneros, presentándolos con otras denominaciones, más o menos actualizadas, y aumentando o disminuyendo su número sin poder renunciar al hecho evidente de que no se puede trabajar con eficacia sin una metodología de mayor o menor complejidad (Edo, 2009, p.52).

Otros estudios más recientes conceptualizaron a estos subgéneros a partir de algunos de sus recursos, como el punto de vista (Peralta y Urtasun, 2004, p. 132) o el estilo (Saavedra Vergara, 2000).

Chillón (1999) analiza un corpus de textos elaborados en América y Europa y propone que la crónica es "un modo de ver al mundo, aunque basada en la relación lenguaje-conocimiento" (Chillón, 1999, p.70). También sostiene que los géneros periodísticos son convenciones discursivas sometidas a cambio permanente en virtud de transformaciones históricas y de las formas culturales

de producción y consumo (Chillón, 1999, p. 427).

Dichos acuerdos sociales y temporales se relacionan necesariamente con sus contextos de producción, ya que comprenden dimensiones tales como la histórica, social, cultural y tecnológica. Un ejemplo de condición contextual que incide en la noción de género es el paso del papel al formato digital, extendiendo posibilidades de “contaminación” que los géneros presentan en relación con otros, como en el caso del lenguaje transmedia (Chillón, 2014).

Qué es la crónica según los manuales

El manual de estilo del diario *La Nación* (1997), define a la crónica como un “género periodístico por excelencia” que es “casi sinónimo de la noticia”, aunque a la vez, las distingue: la crónica transforma la noticia en señal gráfica, vocal o visible mientras que la noticia puede pasar inadvertida aun para alguien capaz de traducirla en señal.

Se dice de un periodista que no vio la noticia o, por lo contrario, se manifiesta de otro que su olfato periodístico le indicó dónde estaba la noticia. La crónica se puede leer, oír, ver o no; es una estructura del intelecto, un hecho periodístico elaborado (*La Nación*, 1997 p. 28).

Siguiendo a la misma fuente, la crónica es el complemento de la noticia y por ser un género “caliente” requiere que el periodista sea testigo y ejercite una referencialidad testimonial, estableciendo un nexo temporal entre el texto y los hechos a los que hace alusión. En la primera edición del manual de estilo de *Clarín*, la crónica se presenta claramente como una elaboración periodística que sirve para reconstruir un acontecimiento de actualidad sin ser una descripción de hechos. (*Clarín*, p.28, 1997). La regla principal para su redacción consiste en el ordenamiento de la información según su relevancia ya que en su estructura interna no respeta un orden cronológico, pero sí una secuencia lógica.

Según ambos manuales, la crónica ha tenido históricamente una estructura compuesta por una cabeza o lead (con información principal que, sin ser un resumen del texto, anticipaba cuál era la noticia), un cuerpo conteniendo las cinco doblés (qué, quién, cómo, dónde, cuándo y porqué además de datos de contexto) y un remate (atractivo, que articulaba con la cabeza).

Fernández Chapou (2004) habla de otras estrategias que se sumaron a las básicas explicitadas por los acuerdos internos de las redacciones: la caracterización compuesta (uso de un personaje ficticio como prototipo que permite preservar la identidad de personas reales), distintos modos de acceso al material, una propia percepción de los hechos por parte del narrador, convención dramática, acercamiento emocional e imágenes para crear impacto visual. Añade los

retratos y semblanzas (observación del perfil psicológico, fisonómico, biográfico del personaje) y el estilo indirecto libre (que permite conjugar sin estridencias la narración externa de las acciones con la exposición escénica de los pensamientos, sensaciones y sentimientos).

En su crítica a lo que llamó “impresionismo de los manuales de redacción periodística”, Saavedra Vergara (2000), señala que quedan fuera de esos formatos otras situaciones dado que el periodismo ejerce una práctica estratégica, mediante la cual adecua su discurso a un auditorio con el que tiene distintos tipos de acuerdos.

Entre dichas convenciones, aparece el *efecto omnisciente* en el cual no hay ni marcas ni verbos de atribución y no existe señal vinculada al discurso de la fuente. Así, el lector se ve obligado a ejercer un acto de confianza a favor del narrador, quien debe conocer lo suficiente a sus personajes dado que no tiene acceso a lo que piensan sino sólo a sus discursos. Si esta práctica resulta legítima, el *efecto omnisciente* será exitoso como recurso literario (Saavedra Vergara, 2000, p. 166).

Como ejemplo de otras miradas que complejizan a los géneros y los ponen en contexto social e histórico citaremos a Illouz (2014), quien se pregunta ¿Por qué unos textos resultan más leídos que otros y qué impactos tiene esa lectura? Para trabajar este interrogante, la autora recupera una serie de propuestas conceptuales de Schudson (1989), quien hace referencia a la *recuperabilidad*: en tanto la accesibilidad del objeto cultural a quienes debe alcanzar; la *fuerza retórica* o creación de un objeto más vívido; la *resonancia*, es decir, la relevancia para su público, la utilidad del texto como propiedad, el interés del público en él, y la posición que asume en la tradición cultural de la sociedad de la que ese lector forma parte. Suma la *retención institucional*: cuando un objeto cultural llega a ser parte de una referencia común y la *resolución* que es la fuerza que posee para generar acción en la vida cotidiana. Como ejemplo del concepto de *resolución*, además, Illouz (2014) menciona a la fan-fiction: género donde los lectores colaboran activamente con los narradores para la creación de historias.

¿Crónica o reportaje?

Entre las preguntas que nos hicimos sobre la crónica fue imprescindible saber si era o no sinónimo de reportaje. De esta manera descubrimos que diferenciarlos resultaba problemático ya que, -dicho en palabras de Herrscher (2016)-, la crónica tiene como característica una “estructura movediza” que emerge siempre “diferente, aunque reconocible” (Herrscher, 2016, p.86).

En una entrevista para la FNPI, Herrscher (2016) señala que en España la crónica y el reportaje se reconocen como géneros distintos, aunque no resulta de igual forma en la región latinoamericana. “Normalmente en Latinoamérica la crónica tiene más carga de opinión, pero para

mí eso no es lo que los divide. Por la predominancia del contar sobre el presentar y analizar, la crónica, en su versión americana usa más recursos narrativos. En la española, la ‘crónica’ es más breve, más ajustada a un hecho noticioso, y por lo tanto en España es menos literaria” (Herrscher, 2016, s/p⁶³).

Lo cierto es que la similitud entre ambos puede confundir hasta los analistas más entrenados. Edo (2009) sostiene al respecto que “ambos se sitúan en la frontera entre la información y la sollicitación de opinión” (Edo, 2009, p. 49) y para Diezhandino (2009) el reportaje es narrativo y descriptivo (a la vez) porque contextualiza e interpreta siempre a través del uso de fuentes (Diezhandino, 2009, p. 202).

Chillón (1999) asegura que lo que distingue a la crónica no son "ni los libros de estilo ni rutinas como definición estilística, sino su temario y búsqueda de producción de conocimiento" (Chillón, 1999, p. 242). También el autor habla de contaminaciones con otros recursos (teatro, cine, novela, narrativas transmedia) además de lenguajes y características tradicionales, que tienen como antecedente a Tom Wolfe.

A continuación, transcribimos las cualidades definidas por Wolfe, que fueron luego revisadas por Chillón (199) y que ampliamos para este trabajo.

Sintaxis indefinida	Construcción escena por escena	Convención dramática
	Registro total del diálogo	Realismo y calidad de la experiencia humana
Punto de vista	Movible En primera (desde el yo ensayístico) En tercera persona (desde los ojos de un personaje) narrador omnisciente	El narrador desaparece y ofrece intriga o permite inmersión en el relato
	Retrato descripción de los personajes, situaciones y ambientes	Evocación, simbolismo
Periodismo “Gonzo”.	Crónica y ensayo como géneros experienciales, donde el narrador puede	Abordaje con rasgos antropológicos

⁶³En <http://nuevoscronistasdeindias.fnpi.org/roberto-herrscher-presenta-su-propia-guia-sobre-la-no-ficcion/>

	estar implicado	
Relato no lineal	De la pirámide invertida a la reinvertida u otros modos de organización del relato	Tramas puestas en relación (novela, teatro, cine) a partir de personajes, territorios, conflictos y temas
	Introducción de documentos u otras fuentes	Uso de documentos como parte de la estrategia narrativa (ensayo)
	Apuesta al diálogo que genera la entrevista	Confianza, intimidad, lenguaje popular

Como último detalle, Leila Guerriero sostiene que la crónica o su equivalente, el periodismo literario, tiene tres grandes momentos de construcción: la búsqueda documental, el reporteo (muchas veces prolongado) y la escritura (en la que el periodista es el primero que edita versiones posibles de la historia). También destaca En *Zona de Obras* (2015) que:

(...) en El nuevo periodismo, Tom Wolfe decía que cuando se pasa del reportaje de periódico a esta nueva forma de periodismo (...) se descubre que la unidad fundamental de trabajo no es ya el dato, la pieza de información, sino la escena (...). Por consiguiente, tu problema principal como reportero es, sencillamente, que consigas permanecer con la persona sobre la que vas a escribir el tiempo suficiente para que las escenas tengan lugar ante tus propios ojos (Guerriero, 2015, p.34)

La crónica en la web

Un elemento que aparece de forma recurrente en las definiciones de crónica tiene que ver con el potencial de los géneros narrativos para producir en el lector la idea de “estar viviendo la experiencia”. Esto nos remite a Rodolfo Walsh, no sólo al considerar como elemento esencial para un intento de definición a la intencionalidad de denuncia y posicionamiento político del cronista. A la vez, sumamos una necesidad de entrenamiento o capacitación que se traduce en el manejo de recursos como la tensión en el texto, que en el caso de Walsh tuvo que ver con que fue un buen escritor de cuentos policiales. Esa potencialidad o característica de los géneros narrativos los

diferencia de otros que también han mutado al pasar al formato digital y está relacionada a la enunciación de un conflicto particular.

“La información cobra su recompensa exclusivamente en el instante en que es nueva. Sólo vive en ese instante, debe entregarse totalmente a él, y en él manifestarse. No así la narración pues no se agota. Mantiene sus fuerzas acumuladas, y es capaz de desplegarse pasado mucho tiempo” señala Benjamin (1936), remarcando la crisis de la experiencia y las posibilidades que abre la narración para la interpretación de determinados hechos.

Para Benjamín, el narrador presenta una dimensión individual al poner por escrito, aunque a la vez ejerce una práctica de escritura simbólica colectiva, dialécticamente enriquecida en el marco de la cultura de historias heredadas. Su propósito no es sólo “transmitir” sino permitir una inmersión en la vida del comunicante, y el relato resulta una labor puramente artesanal que, en el caso de la crónica, tiene como característica ser una versión de la historia con hache minúscula y mayúscula, dado que en ella “se estructuran las maneras posibles de narrar como matices de un mismo color. El cronista es el narrador de la Historia” (Benjamin, 1936, p.9).

Además, Benjamin (1936) destaca que toda narración comienza con la referencia de la situación en la cual el narrador tuvo acceso a los hechos, es decir, la circunstancia. Precisamente, Herrscher (2016) dedica uno de los capítulos de su libro *Periodismo narrativo* a pensar cuatro maneras distintas de acercarse a una de las historias más contadas.

Releva así los evangelios relatados por cuatro apóstoles -de profesiones y orígenes sociales diferentes-, poniendo especial atención al procedimiento que emplea cada uno -Mateo, Marcos, Lucas, Juan- quienes eligen, por ejemplo, iniciar la propia historia con datos que apelan al pasado del protagonista, con la citación de fuentes probatorias de una investigación, con poesía, o con la administración exacta de datos que sirven para atraer al lector y a la vez generar suspenso. “(Marcos) desde el comienzo se zambulle en la historia. No pontifica, no vende su causa, no editorializa: confía plenamente en sus dotes narrativas, en que nosotros también, como lectores atentos, nos meteremos en el río Jordán y nos bautizaremos con semejante Bautista” (Herrscher, 2016, p.53)

A la vez, el autor relaciona a la crónica con otras formas expresivas. En lo que hace a los géneros de periodismo especializado en formato digital, donde lo que hay que lograr es que el lector permanezca leyendo, también se despliegan recursos similares, en lo que parece ser una práctica que tiene espacio para la experimentación.

Con el surgimiento de la radio como medio de comunicación que sustituyó al teatro, la ópera, los conciertos, las conferencias, la música de café y los diarios, el mensaje radial tuvo –siguiendo a Brecht (1932)- el desafío de conquistar su mercado y justificar su existencia. Ese reto consistió además no sólo en transmitir, sino en comunicar.

De esta manera, se reconocen -Montes (2013); Papalini (2010), Larrondo (2010)- al menos dos dimensiones para los géneros narrativos: una que reúne aspectos convencionales y otra, aún abierta, más abstracta pero igualmente operacionalizable, que remite a la necesidad de indagar de manera inductiva y creativa. En el caso de Larrondo (2010), investiga las tipologías textuales clásicas para pensar a la noticia hipertextual (al reportaje hipermedia, reportaje multimedia, infografía multimedia, etcétera), pero también considera la rigidez de tales clasificaciones y tipifica a los textos a partir de sus cualidades específicas.

La entrevista

Nos abocaremos ahora a una aproximación posible al concepto de entrevista, caracterizada como una forma de indagación que permite el acceso al conocimiento en el marco de una situación dialógica particular. La entrevista posee una “obligación testimonial que está en el origen mismo de la institución de la prensa” (Arfuch, 2010, p.20) y muchas veces busca “poner en relación” postulando un orden deseable y organizador. Tiene propósitos tales como la divulgación, en la búsqueda de una revelación, de la discusión política, de la investigación periodística y como instrumento de recolección de información en el marco de las rutinas periodísticas.

Para Arfuch (2010) hay dos indicios clave para su estudio. El primero tiene que ver con pensarla desde una perspectiva multidisciplinar dado que “su definición aborda la situación comunicativa, regida por el intercambio dialógico, sus participantes, su vecindad con la conversación cotidiana, los usos del lenguaje, sus infracciones, lo que de previsible y de imprevisible tiene ese juego intersubjetivo de la verdad (...)” (Arfuch, 2010, p. 21). El segundo está constituido por el abordaje de una dimensión sentimental en la que se ponen en el centro de la escena tanto el entrevistado como el entrevistador. Ese carácter personal la acerca -siguiendo a Arfuch (2010)- a las literaturas autobiográficas (autobiografías, memorias, diarios íntimos, testimonios confesiones) antes que a los géneros informativos.

La misma autora especifica que en la actualidad la entrevista sigue siendo un género emblemático de la acción de comunicar y asegura que, en su versión digital, el subgénero sostiene su lugar y se extiende a formatos audiovisuales, como el cine, documentalismo y autoficción, sumando experiencias como las de los vloggers. Además, se ocupa de ciudadanos comunes y no solo de los “noticiables”, permitiendo acceder a distintos niveles de intimidad, o del ámbito privado (aunque la distinción público/privado es sutil).

Herrscher (2016) sugiere que la entrevista no es igual según el medio en el que se presente, aunque puede conservar elementos claves del ejercicio periodístico.

La ya reconocida entrevistadora Ana Cacopardo, en conversación con el diario *Página 12*, da cuenta de los procedimientos del formato televisivo:

“está la dimensión subjetiva, que a mí me importa siempre explorar, y también la otra, que es fundamental y que busco articular, que es ese lugar donde el testimonio de fondo también te permite revisitar o repensar la historia presente, la memoria colectiva. Revisitarla significa redescubrir cosas; eso que a veces es el gran relato se convierte en primera persona, en un relato mucho más denso, más complejo: eso siempre te sorprende”⁶⁴.

La entrevista en televisión presupone, además, conversaciones previas en torno a lo que se hablará o tratará, el propósito político que pueden presentar determinados temas o tránsitos por la vida del entrevistado, y, tal como lo señala la entrevistadora, la repregunta en situación se vuelve estratégica. La entrevista televisiva entonces resulta más invasiva, ya que requiere ejercicios de conexión –de la mirada, de la escucha, de la expresión- como también de empatía y distanciamiento que no siempre es posible de sostener⁶⁵.

La clasificación de Herrscher (2016) se organiza a partir de un itinerario de autores y de lecturas realizadas bajo la determinación tajante que dota al periodismo narrativo de la posibilidad de atrapar a sus lectores mediante el ejercicio de contar historias, por sobre otros recursos que implican solo la manipulación de datos.

De ese modo identifica a *la entrevista para entender* (en la que el periodista no es el que sabe sino “el que averigua” (Herrscher, 2016, p117); *la entrevista como recolección de material para poder contar*, (desde una novela, hasta la creación de un perfil); *la entrevista como obra de teatro de no ficción* y considera “ésta es para mí la principal característica de la entrevista como subgénero del periodismo narrativo (...); dado que además de preguntar explica asuntos, pronuncia opiniones, expresa pronósticos, y cuenta historias sobre hechos del pasado o del futuro” (Herrscher, 2016, p. 119). Como en el teatro, debe formular un conflicto a partir de distintas técnicas para generar cambio. Además, se realiza en el lugar del entrevistado, preguntando fuera del discurso habitual, incluso, pidiéndole que muestre fotos como técnica para ingresar a una dimensión de recuerdo y apertura emocional.

El autor también diferencia la entrevista “*con*”, de la entrevista “*a*” y “*contra*”. La entrevista “*con*” presupone el trabajo con personas no famosas como testigos o expertos. A ellos se

⁶⁴Publicada el 20/12/13 y disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-9362-2013-12-20.html>

⁶⁵Cacopardo da cuenta de que el formato televisivo que realiza *evoluciona* en documental. “Porque más allá de que el programa está estructurado en torno de la conversación, a ese encuentro, también cuenta y narra toda la producción de exteriores que acompaña al relato biográfico”. Fuente: *Página 12* (20/12/13).

acude para entender algo, y se los entrevista con preguntas simples para esclarecer aspectos, siendo el periodista “un conejito de indias” que pregunta aquello que parece hasta de sentido común.

Las entrevistas “a” entrevistables ponen en el centro de la conversación y del texto al entrevistado. Se trata de un diálogo del que se espera más: mostrar a un personaje interesante, divertido, dramático, o revelador. También se quiere descubrir algo nuevo. En ese caso, debe estar preparado de antemano con lecturas en torno al personaje a entrevistar, y apuntar a preguntas que el imaginario colectivo ignora.

Las entrevistas “contra” posicionan al entrevistador como representante del ciudadano y “quiebran una de las reglas más viejas de la práctica periodística: la de tratar bien, con cortesía y respeto”, (Herrscher, 2016, p.124). Para Herrscher, hay dos modos de enfrentar poderosos: trayendo pruebas de afuera u obligando a contradecirse. En ambos casos, señala, se desarrolla un drama.

La diversidad y polifonía en torno a las definiciones del subgénero narrativo también son diversas y múltiples en este caso. En el ejercicio de recuperar algunas y en torno a la investigación de medios digitales en España, Diezhandino (2009) conceptualiza sintéticamente que entrevista es “una conversación con un personaje de interés periodístico. Transcrita con la fórmula directa – pregunta/respuesta–o indirecta” (Diezhandino, 2009, p.203)

El manual de estilo de *La Nación* asegura que la entrevista es un género testimonial, y que se incorpora al arsenal de la prensa en una fecha precisa: el 20 de agosto de 1859, a propósito del primer original de esta variedad realizado por Horace Greeley al entrevistar al líder mormón Brigham Young para *The New York Times*.

En el manual de estilo de *Clarín*, la entrevista constituye también un texto testimonial que da a conocer las opiniones o ideas de un personaje, y que tiene de forma explícita el diálogo que mantienen el entrevistado y el entrevistador. Más allá del desarrollo de las tipologías posibles dadas por distintos autores, el texto de la redacción de *Clarín*, publicado en 1997, propone: “en el caso de que se desglose un fragmento de una entrevista, éste deberá tener una unidad temática que permita su lectura independientemente del resto del texto, y que debe llevar una introducción que contextualice el fragmento de diálogo transcrito”⁶⁶. También se explica que una entrevista está destinada a conversaciones extensas y a un diálogo de fondo. “Aun así, las declaraciones o testimonios que integran una cobertura o complementar una crónica pueden adquirir la forma de preguntas y respuestas para lograr más expresividad”⁶⁷.

Por último, sumamos a las clasificaciones la de “ciberentrevista” propuesta por Edo (2009), donde incluye la entrevista, el foro debate, el chat, y la encuesta (Edo, 2009, p-123). Ejemplo son

⁶⁶ Disponible en http://www.grupoclarin.com.ar/sites/default/files/manual_de_estilo.pdf

⁶⁷ Ibid.

las secciones de “Entrevistas digitales”⁶⁸ y “Encuentros digitales”⁶⁹ del diario El País y El Mundo.es, respectivamente. Se trata de entrevistas a personalidades que acceden a contestar preguntas formuladas por los usuarios de esos medios en las plataformas de los diarios y en forma de chat, en un diálogo relativamente breve que queda registrado por escrito y que tiene una leve intervención de los moderadores de esos medios, quienes titulan y dan formato. En ambos casos, la participación del usuario está sumamente potenciada de forma acorde con las lógicas colaborativas de internet. Se busca poner en juego la espontaneidad y la posibilidad de abrir las preguntas a la creatividad de seguidores que están interesados en los temas posibles a tratar. Además, la labor del moderador equivale a la preparación del marco adecuado para la interacción y el establecimiento de reglas claras que equilibren el flujo de preguntas y respuestas.

El perfil

⁶⁸ <http://elpais.com/elpais/entrevistasdigitales.html>

⁶⁹ <http://www.elmundo.es/elmundo/encuentros/index.html>

Mientras que Diezhandino (2009) lo circunscribe a un “retrato físico, psicológico, biográfico de un personaje”, Peralta y Urtasun (2004) detallan que se entiende por perfil un “género que pretende describir un personaje” (Peralta y Urtasun, 2004, p. 226).

En los diarios del periodismo clásico, el perfil era complemento de la información o nota central, muchas veces introducción de la entrevista. En la actualidad, si bien es posible encontrar algunos trabajos que todavía lo emplean como texto complementario, lo cierto es que una característica distintiva es que logró autonomía, tanto como propuesta para un medio digital como para la publicación editorial. Como ejemplo de dicha institucionalización dentro de los géneros narrativos, aparecen libros tales como *Plano americano* (2013) de Leila Guerriero, publicado por primera vez por la universidad Diego Portales (Chile) y reeditado en 2018 por Anagrama, sumando nuevos perfiles a la propuesta original.

Al igual que en el caso de la crónica, la entrevista, y todavía más como en el caso del ensayo periodístico, la diversidad de definiciones posibles para el perfil remite a cierta instrumentalidad relacionada con la práctica de la escritura periodística y su enseñanza.

La modalidad que se pone en marcha, entonces, tiende a definir al perfil por lo que no es. En ese sentido, Peralta y Urtasun (2004) aseguran que no es igual a una biografía, aunque puede tener datos relevantes de la vida del entrevistado, estrechamente vinculados al carácter de la noticia de la que es protagonista y al punto de vista (Peralta y Urtasun, 2004, p.118).

En teoría, el perfilista busca la caracterización de un sujeto como propósito intencional, y para eso, se basa en la observación, documentación (en la articulación de estrategias del periodismo de investigación y el periodismo literario), entrevista a la persona en cuestión y/o a otros que puedan dar pistas en esa búsqueda de la caracterización específica. Puesto en perspectiva, es un subgénero que permite conocer e interpretar claves del tiempo en el que se sitúa el sujeto que es retratado⁷⁰.

Entre sus modos de ser estructurados, Herrscher (2016) encuentra *relatos cronológicos largos* (para casos de personalidades destacadas durante mayor parte de su vida; son ejemplo los obituarios), *cortos* (donde se adopta una estrategia narrativa similar a la del cine, que puede comenzar in media res, y que relata el momento central de la vida del personaje en relación con su contexto), y *no cronológicos* (se parecen más a una galería de fotos o a una novela). Dice, asimismo: “en estos tiempos, en que la narración no lineal de Internet gana adeptos, es bastante

⁷⁰Encontramos que la sociología clínica hace un procedimiento similar al del perfil. Nació a principios de los años 80 de un pequeño grupo de profesionales que tomaron aportes de la Psicología y de la Sociología, para proponer un acercamiento a los sujetos para comprender distintos niveles de la experiencia e ir desde la historia de vida con anclaje individual -cargada de emotividad e incluso de contradicciones- al ámbito familiar y luego a la historia colectiva. La sociología clínica es en este sentido, una apertura a la creatividad en el ámbito teórico y metodológico en la academia, mientras que el perfil lo es en el campo periodístico.

usual encontrar perfiles que no avanzan en el tiempo, sino que pasan de un tema a otros, de un aspecto de la vida del personaje a otro” (Herrscher, 2016, p. 170).

Además, en el perfil, la intensidad y preponderancia de la participación del protagonista es clave. Puede estar omnipresente, mezclarse con otras voces o reducirse al murmullo, con narración de escenas y descripción de escenarios. En el único caso donde no participa el perfilado es el obituario. Así, el procedimiento de creación y escritura, es como en una novela, donde la idea es presentar escenas, construir mediante acciones y no decir directamente a menos que sea necesario. Herrscher (2016) explica además que lo que hace que el perfil periodístico-literario sea uno de los géneros que más se cultiva y que ha crecido de forma exponencial en los últimos años, es que es más flexible que la entrevista y que el reportaje, más propenso a los “vuelos de la lírica” que la crónica de viajes o policíaca. Estas libertades tienen que ver con incluir dentro de los modos de documentación a la observación, las citas, el análisis y el “fruto subjetivo” de las ideas, metáforas, recuerdos u ocurrencias personales que el personaje suscita en el periodista.

En términos de reporte, el perfil requiere de más tiempo de seguimiento -al menos dos entrevistas que se hacen en días y lugares diferentes- para observar cómo se desenvuelve la persona a retratar. Algunas veces el periodista desarrolla un diario de campo y además hace otro tipo de entrevista, más dirigida a pedir explicaciones de ideas que no quedaron claras, a corroborar información o a encontrar una frase, una escena o un momento clave que dé pistas esclarecedoras. Pero, tal como señalan los autores, no todas las personas son perfilables, sino aquellas que pueden presentarse en un marco narrativo, interesante y/o representativo del interés periodístico.

El ensayo periodístico

Para hablar del ensayo es necesario hacer referencia a la versatilidad del lenguaje. Apelamos a una segunda propiedad en la definición de género que, en vez de presentar características regulares comunes ofrece, como regularidad, la distinción a la regla desplegando una diversidad de recursos que hacen a la narración.

Por ejemplo, en el ámbito de la literatura, *Pierre Menard, autor del Quijote*⁷¹, sometido a clasificación puede reconocerse como cuento breve, aunque también como ensayo literario. Por esto entendemos también que estas distinciones están dadas por un observador en un momento histórico determinado más allá de las intenciones con las que fueron escritos los textos.

Lo que queda claro es que los géneros se contaminan entre sí, y que el ensayo puede ser un texto literario, como académico, como también “un género de opinión en las revistas de masas” (Chillón, 1999, p 130).

Lo interesante de la constante *inestabilidad de los géneros* es que esa cualidad los complejiza y podría decirse que casi no admite definiciones cerradas, aunque sí otras circunscriptas a sus contextos discursivos, pero también sociales e históricos. Nótese que entre esa suma de influencias que hizo posible al periodismo literario, Chillón (1999) cuenta a la novela, -género que a partir del siglo XX incorporó los modos de contar del cine-, además del teatro e incluso de la televisión, de la poética del rock, de la escritura contracultural de la generación Beat, y la literatura experiencial.

Incluso dentro de ésta última, podríamos incluir a la escritura “no creativa” planteada en el sentido en el que lo hace Kenneth Goldsmith, quien habla de la gestión del lenguaje en la era digital como opuesta a la “creación” que presupone partir de algo original apoyándose en “la nada”. Goldsmith (2011) expresa que la tecnología digital nos alejó de esa *creación ideal original* y nos acercó a la necesidad de gestionar grandes cantidades de datos, de textos, de historias y de experiencias en la cultura. Sacrilegio y provocación para unos y posibilidad de experimentación para otros, el *patchwriting* también es una experiencia que nos permite pensar en los entramados configurados por los géneros, entendidos como construcciones sociales que responden a necesidades también sociales.

Bajo esta lógica que intentamos caracterizar y que sujeta al género a los cambios y complejidades de su tiempo, podemos revisar que el documentalismo cinematográfico y el teatro aportaron a la crónica y a otros subgéneros una de las herramientas indispensables de estas historias: la construcción escena por escena.

"(...) la construcción a base de escenas sucesivas -unida a la movilidad del punto de vista del narrador, el uso de la descripción exhaustiva de personajes y ambientes y la transcripción

⁷¹Pierre Menard, autor del Quijote en Ficciones. Borges (1944)

global del diálogo- proporciona a los relatos periodísticos una sintaxis compositiva parecida a la del cine. No es una voz fija que relata los hechos, sino una especie de cámara móvil que muestra encuadrando escenas dentro de las que los personajes actúan y hablan como si de una película se tratase" (Chillón, 1999, p133).

Pero los géneros también caen en desuso, modas, y contaminaciones, por lo que el ensayo, - al igual que la crónica-, tiene en cada caso sus propios hitos, los que asociamos a contextos culturales, artísticos y tecnológicos de producción discursiva, y a prácticas de lectura también culturales y políticas.

Bajo este mismo razonamiento, las mediaciones tecnológicas marcan hoy otras posibilidades de hibridación y de construcción de macrogéneros o producciones que ofrecen varias posibilidades narrativas en relación con una misma historia. En ese sentido, Irigaray y Lovato (2015) determinan que las producciones transmedia de no ficción constituyen lo que podríamos llamar un *patchwriting* de relatos periodísticos, con crónicas, documentales y formatos educativos en sus versiones multimedia, interactivas y transmedia.

García Romero y Bustamante Newball (2006) realizan una revisión documental en diccionarios especializados y manuales de periodismo. Así establecen que el subgénero se asocia más a “un uso particular en algunos medios” circunscribiéndose a un contexto de producción específico (García Romero y Bustamante Newball, 2006, p.18).

Las autoras venezolanas confirman que nos referimos a una definición con múltiples propiedades, aunque proponen definir según características y sitios de publicación. Así describen al subgénero como “subjetivo”, dado su componente estético e interpretativo, que puede tratar sobre un tema intemporal que, entre otras cosas, plantea una intercomunicación intelectual entre periodista y lector.

El ensayo circula en revistas y diarios de papel y habitó en secciones de opinión y suplementos, aunque tuvo un desplazamiento desde la prensa a revistas especializadas. En lo que hace a manuales, las definiciones han sido igualmente heterogéneas. En definitiva, el ensayo se ubica entre el género literario y el periodístico, intercambiando estrategias y recursos para la argumentación.

También diferencian el ensayo literario del periodístico o académico y explican que las definiciones dependen de cada autor y de los fines de dichas conceptualizaciones. Entre las finalidades del ensayo, García Romero y Bustamante Newball (2006) reconocen que debe establecer la comunicación en un plano afectivo, intelectual y “espiritual”, además de aportar “emoción estética”, promover la imaginación para abrir los horizontes del lector, pero a la vez se preguntan cómo medir estas reacciones si no se realiza un estudio de la recepción de estos textos.

En tanto, entre las denominaciones del ensayo se encuentran: el periodístico, artículo de divulgación (término interpelado y denominado como piezas de comunicación de la ciencia), ensayo científico o doctrinal, personal o formal (el ensayo personal podría asociarse más al ensayo de ficción de la literatura) y ensayo formal o informal. Para ambas autoras, la actualización de las tipologías es una labor necesaria.

En nuestra opinión, los géneros como construcciones sociales evolucionan con la sociedad, son dinámicos, y la ausencia de estudios diacrónicos, al impedirnos ver sus cambios, nos ha hecho apreciar únicamente la discrepancia entre los géneros tradicionales registrados en los manuales y las prácticas genéricas de los comunicadores sociales (García Romero y Bustamante Newball, 2006, p.20).

El documental

Como dispositivo articulador de la historia y de los distintos modos de contarla, el documental no es menos problemático o desafiante en la búsqueda de una delimitación de sus cualidades principales.

En el prefacio de su libro *El documental. La otra cara del cine*, Breschand (2004) escribe que la noción es “tan neblinosa como pueda serlo la de ficción, dado que ninguna definición la agota, los contraejemplos surgen por todas partes” (Breschand, 2004, p.4).

Para este autor, una obra de ficción y un documental se diferencian en las formas del relato que suponen un encuadre, una duración, una ubicación dentro del montaje, es decir, una distinción de forma. Es especialmente interesante una de las ideas que despliega en el mismo contexto, porque señala que no existe el arte puro, por lo que “no son los códigos, sino las desviaciones las que crean la obra”.

Dicho en otras palabras, aquellas inestabilidades de los géneros y subgéneros, en la práctica, dan cuenta de su dimensión instituyente, transformadora.

La fotografía, por su parte, asume un fenómeno cercano al documental para pasar a ser una forma de arte. Tanto para un modo de expresión como para otro, la gran característica fundacional – a entender de Breschand- es la “reivindicación del realismo”, la posibilidad de registrar “las cosas

tal como son” (Breschand, 2004, p.8). No obstante, son las lecturas relacionadas a un contexto histórico las que suscitan las transformaciones (por ejemplo, las guerras mundiales) porque tensionan los estatutos establecidos dando cuenta de que no existe una supuesta neutralidad de los hechos. Bajo el mismo razonamiento, en el presente, el documental está regido por el “sentido del directo” como nueva estética que no se limita a cualidades técnicas que lo hacen posible sino a otras, tales como la posibilidad de rodar sin guion, abriendo la mirada a lo imprevisto (alcanza con pensar en el cine etnográfico que va al encuentro del otro, con un narrador que se ubica en el mismo plano que los retratados⁷²).

Es interesante que el documental asume así múltiples posibilidades de lectura (Breschand, 2004, p.35) y nos remite también a la relación entre historia y memoria, dado que busca indagar el modo en el que la historia fue contada y transmitida cambiando el tratamiento: suma testimonios, ofrece imágenes esclarecedoras, etcétera. Su construcción se basa en entrevistas que no “someten al testigo” sino que, por el contrario, buscan ir al hueso de las certidumbres para replantear acercamientos.

Como dispositivo de observación, la cámara requiere de una reflexión metodológica que permite el acercamiento a las situaciones de poder desigual. “Cada elección viene enmarcada por la relación entre historia y poder, entre las resistencias de la realidad y los discursos que supuestamente han de pensarla. Apunta entonces una inesperada facultad del cine directo: registrar las asincronías entre la realidad y la palabra” (Breschand, 2004, p.45).

⁷²Es ejemplo *Visages villages* (2017) Agnès Varda y JR, Francia.

En consonancia con las intenciones del periodismo narrativo, el documental sale a la calle para dar voz a los marginales o silenciados, alcanzando en algunos casos un aliento etnográfico con coberturas que irán desde días a años. También en esos casos el objetivo puede llegar a ser captar transformaciones sin haber tenido un propósito de antemano (Breschand, 2004, p.43).

En su tesis doctoral dirigida por Carlos Scolari, Gifreu Castells (2013) analiza las taxonomías que se organizaron alrededor del documental desde una perspectiva crítica. Así señala que desde sus inicios el documental fue un género poco delimitado.

(...) La convivencia de documental y ficción dentro del cine moderno ha traspasado las fronteras éticas y estéticas de los dos géneros, y ha llegado al punto actual, donde se desconocen los límites entre lo real y la ficción. Como ejemplo de este concepto (y situado en el presente) podemos citar el falso documental, una de las últimas manifestaciones de la hibridación entre documental y ficción, (Gifreu Castells, 2013, p. 56).

Atravesado por las condiciones de la cultura digital y por sus modalidades de distribución y difusión, los propósitos del documental clásico permanecen, aunque a la vez, las tecnologías le imponen nuevas exigencias.

En *Transmediaciones*, Irigaray indaga al documental transmedia. Allí señala que a la interactividad, la multimedialidad e hipertextualidad se constituyen como condiciones del medio, aunque propone añadir conceptos tales como la *audiovisualidad* (contenidos que integran e interrelacionan lo auditivo y lo visual), la *documentalidad* (la aportación de información como fuente), la *georreferencialidad* (como posibilidad de posicionamiento con el que se define la localización de un objeto o un sujeto en la representación cartográfica); la *adaptabilidad* (capacidad de adecuación a un entorno), la *adicionalidad* (capas de información virtual –realidad aumentada-) y la *ubicuidad* (como dimensión omnipresente) (Irigaray, 2015, p.116).

De ese modo, la narrativa transmedia permite expandir relatos en un territorio que es a la vez físico y digital -espacios en la ciudad, calles, edificios colectivamente reconocidos-, y brinda distintas puertas de entrada a múltiples formatos y lenguajes que cuentan partes diferentes de una misma historia. “Una narración pensada a partir de espacios y lugares, opera como un dispositivo de reconstrucción social constante en donde la memoria es entendida como los significados que se comparten, desarrollándose como una práctica social más, a través de la cual se expresa y se forma la identidad”, define Irigaray (2016, p. 43).

Este tipo de documental, estrictamente periodístico y multimedia o transmedia, muchas veces se desprende de las coberturas coyunturales bajo un fundamento que lo emparenta con la crónica. Esto tiene que ver con la densidad que pueden adquirir o presentar los temas, con su grado

de actualización o necesidad de profundizar en algunas situaciones esclarecedoras para pensar el presente. Sobre las herramientas empleadas, muchas veces se vale de fuentes testimoniales y periodismo de investigación, aunque ha crecido el empleo de recursos del periodismo de precisión y de servicio público, como también el de herramientas 3D, realidad virtual o animación.

La escritura en Internet

En el marco del Segundo Nuevo Encuentro de Cronistas de Indias de la FNPI, en 2012, Jean François Fogel⁷³ señaló que el proceso de convergencia del periodismo implicó considerar tres elementos básicos.

- 1) El soporte debe ser utilizado de manera distinta.
- 2) Los textos (en sentido amplio) tienen que ofrecerse para ser leídos en celulares y tabletas, subrayando en este punto la posibilidad de vivir la experiencia de compartir con otros las propias lecturas en el medio digital.
- 3) Debe producirse un reconocimiento de Internet como espacio social, no sólo como soporte de publicación sino como "lugar" sociohistórico de atribución de sentido. La convergencia de imagen, video, sonido, realidad virtual, herramientas interactivas, hipertextuales y transmediáticas no puede faltar, como tampoco los textos de largo aliento que serán leídos-vistos y reproducidos en pantallas de tamaño reducido” (Fogel, 2012, s/p)

Uno de los organismos interesados en los nuevos modos de uso del soporte, fue el *Knight Center for journalism in the Américas, de la Universidad de Texas*, conocido como Centro Knight, que durante la década pasada y en convenio con otras organizaciones elaboró manuales de escritura para el periodismo digital en Latinoamérica y del Caribe, en lo que fue un incentivo para la conformación de emprendimientos periodísticos⁷⁴.

En una de tales convocatorias del Centro Knight, Guillermo Franco (2009) revisa el trabajo del consultor Jakob Nielsen y posteriormente difunde sus hallazgos⁷⁵ en español. Nielsen había hecho un test a 25 usuarios relevando sus hábitos de lectura. De ese modo, determina que el “escaneo” de los ojos sobre el texto es el comportamiento dominante y señala que se lee detalladamente sólo después de haber revisado una sección específica de interés.

⁷³Periodista y ensayista, trabajó para la Agencia France-Press, el diario Libération y el semanal Le Point, forma parte del Consejo Rector de la FNPI. Autor de *La prensa sin Gutenberg* (2005).

⁷⁴En la actualidad, el Centro Knight ofrece cursos abiertos y gratuitos no presenciales, en formato MOOC (por sus siglas en inglés), en los que se inscriben entre 50 y 100 mil periodistas por edición.

⁷⁵<https://www.nngroup.com/articles/>

Basándose en el trabajo de Nielsen, Franco (2009) redacta un manual de escritura al considerar necesaria la adaptación de los sitios web y de su escritura. La nueva estrategia procedimental consiste en volver a invertir la estructura textual en forma de pirámide que estaba ya invertida inicialmente -desde de la prensa de masas- y reubicarla con la cúspide hacia arriba.

La *vieja* pirámide narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lead, y finalmente en el cuerpo. Se anunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lead) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lead, hasta el final del cuerpo. Título y lead pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información. Esta otra forma (...) es una nueva pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo pauta para todos los medios. Incluso la novela y el cuento, el reportaje y la crónica, el ensayo y el informe científico escritos en papel deben acomodarse a este nuevo estilo, el de palabras cortas conocidas y precisas (Franco, 2009, p. 50-79).

En relación con la extensión de los textos on line, Franco señala: "si el autor/editor considera que Internet es simplemente un canal de distribución de contenidos, puede publicar los textos tal como fueron concebidos", ya que la tendencia de lectura –para el autor- es de textos que representan la mitad de la lectura que se hacía en papel (Franco, 2009, p.62).

Como se verá, estos señalamientos son el contrapunto del periodismo literario, cuya práctica de escritura puede asociarse a experiencias como la que menciona Renó (2016), quien se refiere a la escritura periodística transmedia, donde la pirámide acostada del género reportaje implica la construcción horizontal de la noticia a partir del suministro de contenidos importantes por todo el texto y no sólo en el principio. La escritura transmedia se torna lúdica porque interpela a la interactividad cognitiva (Renó, 2016, p.123).

Si recuperamos los criterios enunciados por Fogel en 2012, que hacen referencia a la web como espacio social donde concluyen y se complementan lenguajes y formatos, comprenderemos entonces que las primeras recomendaciones de escritura para la web (Nielsen) fueron sumamente instrumentales y que estuvieron destinadas a medios generalistas, dejando fuera a los medios especializados y al género *magazine*.

Por otro lado, el hecho de que la crónica y otros subgéneros narrativos administren la información de otro modo (no para una lectura rápida, sino que exigen una sostenida atención) no quita importancia a los formatos responsivos, sino que la incrementa, dado que los teléfonos móviles se volvieron el principal dispositivo de lectura de noticias y otros géneros periodísticos.

Scolari (2013) afirma que las revistas digitales recuperaron el placer de la lectura *offline* que parecía haberse perdido. Es así como leer volvió a ser una actividad "lenta y extensiva, típica de las publicaciones impresas, que las webs estaban haciendo desaparecer" (Scolari, 2013, p.15). Scolari

(2013), define además a las revistas como publicaciones regulares de aparición no-diaria (pueden ser semanales, quincenales, mensuales, etc.) cuyos formatos (dimensiones, impresión color o blanco/ negro, portada, cantidad de páginas, etc.) cubren posibilidades que las diferencian de otros medios. “Si bien en los diarios siguen siendo hegemónicos los contenidos generalistas -aunque hay económicos o deportivos- no suelen ser publicados todos los días de la semana, y con el tiempo las revistas se han ido especializando cada vez más en un proceso similar al que vivió la televisión” (Scolari, 2013, p. 12)

Otro rasgo tiene que ver con la generación de contenido de valor añadido, variable que se conjuga con la creación de marca. Así la lógica de este tipo de producción tiene que ver con ofrecer historias propias, con no replicar la información suministrada por las agencias y con presentar temas de modo diferenciado. En todos los casos, el tratamiento también hace la distinción. Las revistas además proponen una estética de publicación con una cantidad mucho menor de textos, por lo que la distribución de esos contenidos en redes sociales se prolonga en el tiempo y pueden favorecer al hallazgo de nuevos lectores. No obstante estas posibilidades, Scolari señala que los modos de financiamiento deben evolucionar hacia los contenidos especializados que se distribuyen en formatos cerrados, como modelo de fidelización de lectores.

Condiciones del soporte digital

Rost (2012) plantea que los receptores se pensaron por primera vez como productores a partir del cambio disruptivo de la convergencia. La interactividad, en ese contexto, fue el concepto articulador del vínculo entre periodistas y lectores.

Entendemos por interactividad entonces a:

la capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos *-interactividad selectiva*; como posibilidades de expresión y comunicación *interactividad comunicativa* (Rost, 2006, p.195)

La multimedialidad es “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los siguientes elementos: texto, imagen y sonido”, (Salaverría, 2005, p.32), mientras que la hipertextualidad es para Salaverría (2005) “un documento polimorfo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital”. En relación con tales condiciones, el hipertexto es: "una herramienta con la

que el medio asocia contenidos, exhibe ciertas noticias y relega otras, promueve u obstaculiza la participación del lector, abre o cierra el medio a otras fuentes y personajes, contextualiza o fragmenta contenidos" (Rost, 2003, p. 169).

Tanto para Alborno (2007) como para Fontcuberta y Borrat (2006), esas tres categorías determinan -no sólo especificidades- sino el fuerte de los medios digitales y a ellas sumaremos aquí el concepto de “tipo de actualidad” que se suscita a partir de las propuestas mediáticas en relación con el tiempo en el que se produjeron los hechos a los que hacen referencia.

Rost (2004) señala que la *actualidad sincrónica* refiere a los textos del periodismo digital que se publican en tiempo real; la *actualidad reciente* equivale a aquellos que se renuevan en el día o constantemente, la *actualidad prolongada* la que se extiende en el tiempo y que se vuelve a publicar mucho más espaciadamente -siendo la más cercana a las publicaciones de revistas de periodismo literario-junto a la *actualidad permanente* que perdura en los contenidos del medio. Además, Rost (2004) introdujo como posibilidad la “*no actualidad*” considerando también aquellos textos -de archivo- a los que es posible acceder mediante las bases de datos del medio (Rost, 2004, n/a).

Rost, Bergero y otros integrantes del Patagonia Lab (2016) definen al periodismo transmedia en términos de una “forma de narrar un hecho de actualidad que se vale de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo, y los usuarios contribuyen activamente a la construcción de la historia” (Rost et al., 2016).

Resulta importante considerar además cómo son las prácticas puntuales que los medios en general realizan en la web. Mientras que la *producción* de contenidos supone la creación de propuestas originales, la *expansión* consiste en el aporte que lo enriquece, que puede ser “opinión o ideas inspiradoras, que van desde el agregado de algún dato de ubicación de tiempo o espacio, hasta enlaces, imágenes”, la *adaptación* adecua el contenido pero sin agregar insumos; en tanto que el *volcado* supone la réplica exacta en otro medio sin respetar su lenguaje propio (Rost et al., 2016).

La noticia como institución social

Uno de los antecedentes interesantes del *gatekeeping* proviene de la Teoría del campo, de Kurt Lewin, quien, en 1947, investigó dinámicas de comportamiento de amas de casa como guardianas para el control de la alimentación en el grupo familiar. David Mannin White aplicó tres años después esa idea a la Teoría de la Información en *The Gatekeeper: a case study in the selection of news*, en específico al proceso de selección de noticias, donde “las decisiones adoptadas en el

momento de edición periodística se relacionan, de manera interdependiente, con reglas implícitas y explícitas presentes en cada puerta de acceso” (Arrueta, 2009, p.32).

Comenzando por Tuchman (1978) podemos observar su definición de noticia como institución social. Y a partir de esa idea reflexionar en torno a cómo son las organizaciones que dan sustento material a esa institución, cómo proponen sentido, cuáles son sus intereses individuales y colectivos, su trayectoria en relación con el deber ser periodístico y su propia propuesta en términos concretos.

“La noticia es primero y primordialmente una institución social. En primer término, la noticia es un método institucional para hacer que la información esté disponible ante los consumidores”, (Tuchman, 1983, p.16). Precisamente, Arrueta (2009) reinterpreta conceptualmente la línea editorial a partir del juego instituido e instituyente -en los diarios que analiza-donde lo *instituido* equivale a las “proclamas que denotan un horizonte aspiracional desde donde, presuntamente, el diario ejerce su función social” mientras que *lo instituyente* refiere “al horizonte desde el cual se otorga sentido a los acontecimientos considerados noticiables, y se establece una noción de recontextualización periodística de la realidad social, a partir de una tipificación de las rutinas informativas” (Arrueta, 2009, p.399)

Si bien la Psicología Social profundizará en las relaciones comunicativas que se suscitan a partir de la interacción *en y entre* organizaciones, podemos pensar además a la noticia como parte y producto de una relación dialógica. Hay una relación y una conversación entre quien relata el acontecimiento y quien dialoga con él. En ese sentido, no existen diferencias entre el género noticia-información y los géneros interpretativos, de profundidad, literario o narrativo o el periodismo especializado.

Al hacer referencia a las posibilidades que se abren al entablar esa conversación, Tuchman (1983), sostiene que “en definitiva, el cuento de hadas y la narración de la noticia son, ambos, relatos que van a ser juzgados, comentados y recordados como recursos públicos individualmente apreciados. Ambos tienen carácter público en cuanto ambos están disponibles para todos, son parte integrante de nuestro bagaje cultural. Ambos se basan en la cultura, derivan de ella” (Tuchman, 1978, p.17)

En el pasado, la noticia fue definida como el resultado de acontecimientos que se seleccionaban en un proceso de doble institucionalización, lo que equivale tanto al paso por una institución informativa que supone una organización compleja, como el ejercicio del rol de los medios en su poder legitimador y productor de una realidad socialmente relevante. La posibilidad de construir y seleccionar requiere de criterios como de noticiabilidad, que apunta a “lo que es digno de ser noticia” en el marco, precisamente de una conversación entre productores y usuarios (Tuchman, 1983, p.25). Además, siguiendo a la autora, ese proceso productivo responde a los

intereses de la organización periodística que lo instituye. Este aspecto no puede ser pasado por alto, dado que en la articulación de estos intereses se suscita la respuesta en parte, a lo que se interpreta como una necesidad social, sin que dicha articulación suponga que las tensiones al interior de la producción estén del todo resueltas.

Tanto el enfoque que investigó los *gatekeepers* (seleccionadores de noticias) como el *Newsmaking* (lógica de la cultura profesional, procesos de producción y tipo de organización del trabajo, además de sus conexiones y relaciones recíprocas) contaron con desarrollos de métodos y técnicas yendo de la elaboración de encuestas y cuestionarios hasta la observación participante (Wolf, 1987, p. 203-204).

Ante el propósito de explicar en especial las culturas de producción -además de los productos de los medios y las relaciones inferenciales entre ambos aspectos-, la mayoría de los estudios de *Newsmaking* tuvieron en común la observación participante como técnica de recolección de datos. En tal sentido, Wolf (1987), menciona además a una decena de investigadores que aplicaron la técnica entre las décadas de los 70 y 80. No obstante, la observación participante trajo consigo el problema del acceso prolongado a las redacciones y por ende la imposibilidad de observar crisis internas, para ver cuáles acciones tendían a solucionar tales situaciones (Wolf, 1987, p. 213).

En esos momentos, los criterios y actitudes de observación podían ser varios y de acuerdo a cada investigador o equipo, no así su presencia en las redacciones, que tenía que estar ligada a su hipótesis inicial, teniendo como factor de riesgo “la imposición de una selección rígida del material observable y la asimilación de los modos de pensar, valorar, proceder de los periodistas” hasta convertirse en uno de ellos sin ser participante en el sentido estricto del proceso de producción (Wolf, 1987, p.212). Al respecto, hay trabajos actuales como el de Rosenberg, (2017) que ofrecen reflexiones metodológicas valiosas relacionadas a la investigación del periodismo cooperativo⁷⁶.

⁷⁶En el caso de Tuchman (1983), sus datos de investigación fueron reunidos por medio de la observación participante y de las entrevistas realizadas por un período de diez años. Además, fue un día por semana a un canal de tv -durante un año-, todos los días a un diario -durante otro año, y sumó visitas cuando consideraba necesario a esos medios. Las entrevistas son -en algunos de hora y media- a reporteros de tres diarios que dieron tratamiento al movimiento social del feminismo, también realizó entrevistas informales con mujeres del movimiento, observó una vez por semana, durante otro año y vacaciones, una sala de prensa similar a una agencia local de noticias -sin haber podido contar a su entender- con toda la colaboración que consideró necesaria (Tuchman, 1983, p.24)

Tras la necesidad de estudiar la relación entre las limitaciones organizacionales que establece la empresa periodística y en consecuencia el grado de profundidad en las noticias, Arrueta (2009) realiza algunas adaptaciones a la definición de partida del *Newsmaking*, haciendo aportes al criterio de noticiabilidad. “Así es posible rastrear no sólo acontecimientos suficientemente interesantes y significativos como para ser publicados (...) sino además los límites indivisibles entre el periódico y sus estrategias comerciales” (Arrueta, 2009, pp. 338-340).

Wolf (1987) entiende como cultura profesional a “un inextricable amasijo de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, estereotipos, símbolos, tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los medios y de los periodistas en la sociedad, a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan su confección” (Wolf, 1987, p.215). El componente ideológico -siguiendo a Wolf- resultan ser aquellas prácticas profesionales que se adoptan como naturales. Para este autor clásico del campo disciplinar, el criterio de noticiabilidad es producto de la estructura del trabajo más la cultura profesional de los periodistas, sumando el conjunto de operaciones e instrumentos con los que se elige cada día qué será noticia y qué no lo será (Wolf, 1987, p.222).

Mientras que ese trabajo de selección, cobertura, tratamiento y publicación está atravesado por la categoría de rutinización, que es la estandarización de las prácticas, el criterio de noticiabilidad hace referencia a los valores noticia, que postulan la selección de un hecho y su presentación.

En definitiva, encontramos una serie de limitaciones en términos de viabilidad para la aplicación de la teoría del *Newsmaking* en su versión clásica. Una de ellas tiene que ver con el carácter del modelo teórico que remite a presenciar para analizar y captar así, en el campo, las instancias de negociación en las que se resuelven tanto las crisis como la vida cotidiana de los grupos. Consideramos que el factor tiempo de permanencia es importante, y que además las nuevas rutinas virtualizadas del periodismo especializado hacen difícil establecer un sitio de encuentro y trabajo, tal como ocurrió en el pasado. Esto es porque en la actualidad las relaciones interpersonales están -muchas, sino todas las veces- mediadas por tecnologías, por lo que nuestro estudio debería estar enfocado en cuáles vías de comunicación interna y externa son las que cada grupo potencia para la discusión de sus propósitos.

No obstante, aparece como doble problema que las características de reporte y escritura de la crónica se realizan también en muchas ocasiones en solitario, siendo el teléfono móvil o el correo electrónico las modalidades de contacto entre colaboradores y editores. Ante esto, creemos que el abordaje “presencial” se vuelve complejo y en ciertos casos inviable, por lo que consideramos la posibilidad de recrear la naturaleza de los vínculos y sus actualizaciones en términos de rutinas y tareas apoyándonos en las entrevistas.

Bernardi (2016) estudia las rutinas y cultura profesional y señala que esos códigos comunes incluso permiten a los colaboradores anticipar situaciones atractivas para la construcción colectiva del estilo de la revista especializada. Dicho de otro modo, pasado el tiempo y afianzados los vínculos entre editores y colaboradores muchas veces no hace falta ahondar en cuestiones que se suponen sobreentendidas. Bernardi (2016) agrega que mientras más asiduo es el colaborador, menos tiempo de interacción tiene con sus editores, y los acuerdos se alcanzan con algunas conversaciones que incluso pueden ser virtuales. En el caso de las publicaciones que sí cuentan con una mesa de toma de decisiones, los grupos que allí se encuentran son numéricamente reducidos, los horarios pueden no ser fijos, y las reuniones muchas veces son informales. Como dijimos, esta forma de trabajo se complementa con el uso de correo electrónico, de documentos *on line*, entre otras.

Martini y Luchessi (2004) entrevistan a periodistas nacionales para conocer el proceso de la construcción de noticias y, a la vez, consideran estos problemas de viabilidad, dado que realizan entrevistas y grupos de observación. Así detallan que la recolección de datos más complicada resultó ser la de la observación. De acuerdo a lo que relatan, fueron los mismos entrevistados quienes guiaron a las investigadoras por el proceso de trabajo explicando sus etapas. No obstante, y a pesar de la amabilidad con la que se hizo referencia a las tareas, horarios y forma de organización, “no fue posible una observación extensa en días, se excusaron, dado que la observación conspira con la organización” (Martini & Luchessi, 2004, p.194) Además, sostienen que en el relato en torno a la práctica pesaba el conocimiento del campo, y se pidieron ejemplos para enriquecer el testimonio y de esa manera ampliar las posibilidades teóricas.

En las conclusiones, expresan que es necesaria la actualización de las teorías clásicas de estudio del periodismo en virtud de las demandas de la información pública, los cambios tecnológicos y las condiciones estructurales de la sociedad y del país (Martini & Luchessi, 2004, p.185)

Quienes realizaron trabajos en esa línea, aluden a los cambios que introdujeron los usos de herramientas digitales sobre los procesos de trabajo periodístico y tienen en cuenta nuevas tareas, horarios cambiados, ritmos acelerados, uso de redes sociales, menor existencia de filtros en la toma de decisiones, mayor trabajo en equipo, experimentación, distintos tipos de actualización y otras agendas temáticas (Rost y Bergero, 2012, p.33).

Las rutinas

El concepto de rutinas profesionales se aplica a aquellos procedimientos habituales que son entendidos como “prácticas profesionales apropiadas”. Estas actividades facilitan a los sujetos

marcos de acción, aquello que se debe o no se debe hacer (Lecaros & Greene 2012). Precisamente, las autoras se interesan en cambios internos, externos y transversales sobre estos hábitos (Lecaros y Greene, 2012, p. 54). Entre los cambios externos enumeran al público que definen como “más activo y propositivo”, que busca información en múltiples plataformas, que no se conforma con lo que el medio le da, se siente más lejano a las instituciones y pide agenda cercana a sus problemas. Para estas investigadoras, los cambios en general tienen que ver con el impacto de la tecnología, y aunque se producen tanto externamente como a nivel interno, la percepción del cambio relacionada a los periodistas es diversa.

Por un lado, hay afirmaciones de las que se infiere temor ante la pérdida del control editorial y una afrenta a la profesionalidad del periodismo, a las que se suman otras que hacen referencia al mantenimiento de viejos problemas disfrazados de nuevos. Un tipo de rutina que interesa en particular aquí es la que las autoras describen como el trabajo interpretativo sobre grandes temas, donde no se trabaja con la instantaneidad. Para Lecaros y Greene (2013) los cambios transversales afectan a todas las profesiones y por tanto “deben ser redescubiertas rutinas nuevas” que son aquellas con las que se hace frente a los desafíos del presente, vinculados a las fuentes, a los medios y a los planteos de la audiencia (Lecaros y Greene, 2013, p.58).

Salinas y Stange (2009) trabajan otras categorías de las rutinas periodísticas en tanto operación individual y proceso colectivo, como cultura profesional, *habitus* y racionalidad.

La rutina como *operación individual* coincide con las investigaciones del *Gatekeeping* e implica la búsqueda y selección de la información en la relación del periodista con sus fuentes, marco en el que se involucra la intuición, el sistema de valores, experiencia, convenciones y costumbres, prejuicios, entre otros elementos.

La rutina como *labor colectiva* implica pensar los modos en los que se organizan y llevan a cabo las tareas periodísticas en el marco del grupo o equipo, y las relaciones de éste con la organización periodística y, a su vez, de la organización con su entorno.

Salinas y Stange (2009) sostienen que, para comprender la producción de noticias como un proceso complejo y las rutinas periodísticas como una práctica social, es necesario observar los modos en que éstas dialogan y se interrelacionan con factores materiales externos. La rutina como *cultura profesional* refiere a la concepción de estas prácticas que se repiten como modo de socialización, “lo cual supone advertir (...) un mecanismo de control social sobre las propias prácticas y rutinas de los periodistas” (Salinas y Stange, 2009, p.22).

Cuando la rutina se equipara a un *habitus* remite a la sociología de Pierre Bourdieu. En ese marco, equivale a un término relacional estructurado y estructurante, objetivante y objetivo. A la vez opera como un repertorio de adjudicaciones posibles de sentido, tanto en prácticas cotidianas como en el nivel de los relatos, mitos y discursos explicativos, (Salinas y Stange, 2009, p.23).

La rutina como *racionalidad* presupone que las prácticas del periodismo no sólo están sujetas a lógicas y relaciones de fuerzas del campo, y que pueden aprehenderse no solo como habitus, sino también como formas de expresión de la sociedad, en el sentido en el que Raymond Williams (1974) atribuye a la categoría de forma, es decir, como manifestación de la relación de prácticas sociales y cambio social.

Los autores agregan que el estudio de las formas de los productos culturales da cuenta de la relación entre prácticas (rutinas) y cambios sociales, a la vez que la inclusión de una dimensión histórica en el análisis visibiliza los procesos de construcción de dicha unión (Salinas y Stange, 2009, p.34). Al respecto, nos parecen sumamente interesantes trabajos tales como los de Martín Barbero (1987); Sarlo (2011) e Illouz (2013).

El temario

Entendemos al temario no como producto final del proceso de producción exclusivamente sino como instancia crucial del mismo proceso, donde los hechos que más interesan pasan a ser temas narrados y comentados y agrupados por áreas y secciones, Borrat (1998).

Mediante el temario se produce un diálogo entre el medio y sus contextos, político-social y comunicacional que muestra la valoración que cada medio efectúa de los hechos de la realidad que quiere discutir. Fontcuberta y Borrat (2006) señalan que la propuesta con la que los periodistas interpelan a sus contextos y a sus lectores, tiene como objetivo que sus destinatarios se apropien de los temas dotando a una jerarquización determinada el mismo tipo grado de importancia.

El temario pone entonces sobre la misma mesa de trabajo la demanda de información del público, el interés de dar a conocer ciertos temas y una comunicación estratégica (Fontcuberta y Borrat, 2006, p.58). En virtud de esto ¿Cuáles factores han sido considerados para pensar la noticiabilidad de un tema según estos autores?

En principio, *la línea editorial*, *la presunción de comercialidad* (conseguir más audiencia), *facilidad para su interpretación* (las noticias funcionan como paquetes de interpretación que forman un tema e incluyen un marco de interpretación de esos temas), *la influencia de colegas*, su aprobación o desaprobación en virtud de una ética o práctica vigente, y *los valores* en términos de gustos, conocimientos, experiencias y antecedentes del periodista, *las presiones de grupos sociales*, económicos o políticos (la influencia del público sobre los medios), *espacios y tiempos disponibles* (que puede sobredimensionar hechos), *tecnología y recursos humanos* (qué tipo de cobertura se prioriza en relación con el formato que se elige para contar), *moda y ocasión* (en términos de

aspectos relacionales con acontecimientos externos) *espectacularidad*, lo extraordinario, exótico y pasional (Fontcuberta y Borrat, 2006, p.63)

Para estos referentes de la teoría del *Framing*, los formatos son la expresión de las estrategias de los medios en relación con sus posibilidades de éxito en la conquista de los lectores. Según su mirada, el medio brinda la forma y la lógica mediante la que el contenido se estructura para su presentación.

De esta manera, las organizaciones periodísticas también establecen vínculo con sus lectores a través del temario, y el formato equivale a una mediación entre un medio y su público.

Los formatos pasan a ser bajo esta teoría un tipo de código común entre periodistas y lectores para apropiarse de determinados contenidos. La forma, *el formato*, es entonces una estrategia para conectarse con sus públicos (Fontcuberta y Borrat, 2006, p.65).

Nos interesa señalar asimismo otros aspectos que incluyen como categorías relacionadas al temario y que atañen a las revistas digitales: lo geográfico y lo temático.

La proximidad geográfica es uno de los credos más indiscutibles del periodismo, dado que se constituye como eje vertebrador de los contenidos y representa una de las demandas más poderosas de los lectores (Fontcuberta & Borrat, 2006a). La cobertura de temas locales puede asociarse a conceptos tales como vigilancia del entorno, que sirve para reducir incertidumbres. No obstante, en el marco de complejidad de nuestras sociedades, no hay un solo concepto de proximidad, y además están superpuestos. Por ejemplo, la identidad, la colectividad y la emotividad también aparecen en articulación con el contenido del medio. “Esa colectividad puede coincidir con el espacio geográfico, pero también puede trascenderlo, incluso, rebasar las fronteras de una región o país” (Fontcuberta y Borrat, 2006, p.77).

Precisamente, hay un desafío que se ve aumentado por la superposición de las identidades que puede asumir un lector -como habitante de una ciudad, un país, un continente, colectividad, movimiento o grupo social determinado-. Es así como la proximidad puede ser psicológica o emocional, y es un factor de interés de multitudes, dado que brinda “resonancia pública” a vivencias individuales y sociales.

La *especialización periodística* o la producción de medios especializados, se relaciona al modo con el que algunos medios tratan ciertos temas relacionados a un campo de conocimiento. Se trata de una referencia temática recurrente en la propuesta mediática, la cual es producto de una prensa que, a través de sus rutinas, gestiona la información de modo selectivo (Fontcuberta & Borrat, 2006, p.76)

La organización periodística

Para Luchessi el periodismo ya no representa un lugar de autoridad, sino que es la organización de un saber que se comparte (Luchessi, 2013, p.8); mientras que, para Rincón (2013), la crisis del periodismo radica en un problema de calidad periodística “que no está vinculado a motivaciones ideológicas o económicas –exclusivamente- sino de formatos, narrativas y estéticas” (Rincón, 2013, p.11).

Las actuales condiciones del ejercicio profesional llevan a Luchessi (2015) a afirmar que las categorías tradicionales que constituyeron la tarea periodística, como el análisis del *Newsmaking*, no resultan operacionales para producir y estudiar procesos de construcción de la información. A modo de ejemplo, dice: “la cotidianeidad productiva cambió de forma y los valores de primicia, exclusividad y novedad se fueron retrayendo hacia sitios más puntuales, dejando en las redacciones unos valores de uniformidad temática, conceptual y productiva lejanos de los protocolos tradicionales para el ejercicio de la profesión” (Luchessi, 2013, p.21).

Ahora bien ¿Cuál es el señalamiento que más nos interesa de esta autora? Hay una disminución de la calidad periodística dada por una racionalidad que interpela la producción y el acceso a fuentes. Ahora los lectores tienen maneras de verificación, situación –que a su entender- incide de forma directa en la calidad de los datos que circulan y trastoca el organigrama de la organización periodística con nuevas funciones. La crítica situación de los contenidos, -trayendo de nuevo a Rincón (2013)-, se puede no sólo relacionar sino entender en un contexto donde los lectores aprendieron a desconfiar de los productos de los medios.

Sumado a esto, la redacción en dos niveles de Rost (2013) permite distinguir los modos de producción al interior de cada proyecto. Por ejemplo, el primer nivel de organización responde a las noticias en tiempo real y el segundo a desarrollos más elaborados, de mayor complejidad, destinados a nichos concretos. En ese esquema, cada tipo de actualidad requiere un tratamiento distinto, en el que recursos -como la multimedialidad- ofrecen nuevos enfoques complejizando así los formatos.

Para Martínez-García (2016) la calidad está estrechamente ligada a la formación y a la adaptación del periodismo al empleo de herramientas y del lenguaje multimedia. También observa, entre otras categorías, a la cultura profesional para considerar cómo se ordenan los recursos humanos (en su caso, para pensar la cuestión de la feminización de la profesión) y se detiene en los flujos de comunicación e interacción vertical u horizontal también llamada “plana” por otros autores. La estructura piramidal se refiere a “la organización jerárquica de los recursos humanos del medio digital; en cambio, la organización horizontal es aquella en la que se habla de equipo de trabajo y no se expresa y/o identifica ningún tipo de puesto directivo” (Martínez-García, 2016, p. 433).

El modo en el que se estructuran los recursos humanos en los medios digitales puede o no ser diferente al de un medio tradicional. Resulta casi una obviedad que los equipos periodísticos necesitan de apoyo en lo que hace a diseño y comunicación multimedia, en el establecimiento de formas de trabajo -en términos de tareas específicas asignadas a trabajos integrados- como es el caso de las experiencias de realidad virtual, transmedia, periodismo de datos, etcétera. Ante esto, Martínez García (2016) señala que los medios digitales españoles siguen el patrón organizacional de los medios tradicionales, es decir, jerárquico, con tres puestos o figuras representativas, la de presidente, director y editor, mientras que los recursos humanos que se organizan horizontalmente respondían a las figuras de redactores y colaboradores (Martínez-García, 2016, p.436).

Retegui (2017) por su parte, trae a colación que las rutinas productivas no equivalen a un organigrama determinado por el manual de estilo, sino a procesos flexibles que se ajustan a los acontecimientos que es necesario cubrir (*Breaking news*). Esto equivale a que no se entienden las rutinas periodísticas como secuencia de procedimientos estructurados porque si bien hay que cumplir

con los plazos de producción y comercialización (como toda industria), a la vez hay que procurar agilidad y flexibilidad para la cobertura (Retegui, 2017).

La misma autora retoma a Tuchman (1983), y sostiene que de la categoría de temario se desprenden tres conceptos que están estrechamente vinculados: *el espacio, el tiempo y las fuentes*.

Más allá de otros interesantes reportes del estado de situación de la teoría, Retegui (2017) menciona que es aún una vacancia la investigación de la noticia de modo integral, incluyendo cómo se produce y difunde, en un contexto de variados soportes tecnológicos. A la vez, destaca la necesidad de integrar el *Newsmaking* a otros abordajes metodológicos más allá de los etnográficos-cualitativos, y a otras teorías que nos lleven a investigar otros factores externos e incluso poco visibles que forman parte de la construcción de la noticia (Retegui, 2017, p. 113).

Categorías provisorias: Periodismo literario digital (PLD) y lector

Hemos llegado a los dos últimos subtítulos de este marco de antecedentes teóricos en el que confluyeron elementos de los estudios de periodismo clásicos, de las teorías textuales⁷⁷ y de la teoría de la comunicación para pensar a las categorías con las que puede observarse a la organización periodística especializada en soporte digital.

Entendemos aquí que el periodismo narrativo no debe ser llamado de ese modo, dada la redundancia del término, sino que es pertinente hacer referencia al periodismo literario, dado que todo ejercicio periodístico presupone una narración. No obstante, quisiéramos aclarar en este punto que el adjetivo literario presenta también cierta ambigüedad porque puede referirse a 1) que la revista aborda temas de literatura; o a que: 2) la revista y sus textos se construyen con herramientas y las técnicas narrativas del campo literario. En este estudio, siguiendo a Chillón (1999) nos vamos a referir al periodismo literario desde la segunda acepción, independientemente de que en el temario pueda haber (o no) temáticas relacionadas con la literatura.

La categoría “periodismo literario digital” en adelante (PLD) es una noción que pretende dar cuenta de recurrencias entre los proyectos periodísticos que dan lugar a revistas digitales. Se trata de una categoría creada aquí para considerar rasgos de una práctica organizacional-periodística, inserta en una cultura profesional (macrogénero narrativo) que se organiza en virtud de los recursos humanos y materiales que no se ajustan a un solo modo de financiamiento, para elaborar revistas en soporte digital que se pueden complementar con otros productos de papel o multimediales para la construcción de marca. Asimismo, el PLD busca dialogar con sus contextos, poner de manifiesto su

⁷⁷Varela (1999) llama así a los aportes que efectuaron la crítica literaria, la sociología de la literatura, la semiótica, la pragmática literaria a las reflexiones en torno a la lectura.

identidad en la satisfacción de una función social y periodística; y a la vez resultar atractivo a los lectores.

Sus modos de organización y estructuras se encuentran en un punto medio entre las redacciones tradicionales (porque hay roles identificados como de mayor jerarquía, que se concentran en la figura de quien funda y muchas veces edita la revista), aunque los modos de relación con otros periodistas colaboradores son mucho más flexibles. También, el PLD presenta condiciones transversales que afectan a otros modos de periodismo: hay una virtualización de las rutinas y una individualización (*freelancers*), y uso de otros medios no presenciales para establecer acuerdos en torno a lo noticiable o al temario.

Finalmente, el temario es una mediación entre estas organizaciones y sus lectores, dado que logra explotar las cercanías identitarias y geográficas, comunitarias, ideológicas y emotivas y presupone códigos compartidos. Consideramos aquí que el vínculo entre periodistas especializados y lectores puede ser estudiado a través de la categoría temario, pensando su relación con los géneros narrativos en su calidad de formas de producción de conocimiento de lo social, de lo público y de lo político.

El temario también es la respuesta a valores noticia que se comparten en el marco de una cultura profesional, los cuales se expresan en los contenidos especializados y en aspectos concretos tales como el uso de fuentes. Las configuraciones que se producen a partir del cruce de tales valores, estilo, condiciones de realización (recursos, financiamiento), criterios editoriales y de escritura entre otros aspectos, dan como resultado un producto que también tiene marcas de la representación colectiva e individual de lector.

Finalmente, el PLD, emplea otros tiempos de reporteo y muchas veces alcanza una calidad diferencial en sus productos comunicacionales a partir de historias de actualidad permanente y prolongada.

El lector en el proceso de producción

Nuestra premisa tiene que ver con que, así como los criterios de noticiabilidad atraviesan todo el proceso de producción en teoría del *Newsmaking*, la noción de lector tiene o debería tener la misma importancia en una teoría que intente explicar las prácticas del periodismo especializado en soporte digital. Es así como creemos que la necesidad de actualización de la teoría requiere tener en cuenta otra categoría. Cuando hablamos del lector lo hacemos en términos de representaciones construidas de diversas formas (individuales y colectivas) que se relacionan con las nociones que hacen a la práctica profesional y a un temario específico. Dicho de otro modo, la idea de lector es

igual de relevante y se equipara con los criterios de noticiabilidad conjugando representaciones, intereses y recursos del medio, por lo que lo que es explicativa en términos de producto, pero también en lo que hace a las acciones y decisiones editoriales.

Esto se relaciona además con “la institución noticia”, pensada como filosofía, valores y hábitos en torno al periodismo y su función social, se articula al macrogénero (subgéneros narrativos en su capacidad de producción de conocimientos y códigos compartidos en torno al mundo) y también a un temario (identidad, proximidad geográfica, emotiva e ideológica) y a un producto final (puesta en página, diseño) que se articulan a la representación del lector.

De esta manera creemos que una actualización posible de los postulados teóricos implica tener en cuenta no de forma exclusiva aquello que es noticia -o cuáles rasgos constituyen a un texto para ser llamado crónica-, sino cuánto significan los lectores en la toma de decisiones colectivas e individuales a cada momento del proceso de producción.

Esta idea no está desvinculada del hecho de que los participantes de un proceso comunicativo deben tener igual relevancia en términos relacionales incluso al ser pensados desde la teoría, considerando en particular lo que es posible conocer de unos y otros.

Cuando hablamos de lector, entonces, nos referimos a una representación y la diferenciamos del destinatario, teniendo en cuenta el alcance de nuestra investigación (la producción), por lo que aquello que se diga estará ligado a esta perspectiva, sabiendo que, para poder investigar acabadamente al lector en tanto destinatario, se requiere abordar otros momentos del proceso comunicativo.

Antecedentes del concepto de lector

Más allá de nuestra premisa inicial, que retomaremos en el análisis, se hará mención de algunas nociones de lector que nos han ayudado a pensar dicha representación y diferenciarla del destinatario, es decir, de quien, en efecto, lee.

En *Lector in Fábula*, Eco (1987), trabaja la categoría de *lector modelo*. Para este autor, todo texto plantea una necesaria relación entre quien lo produce y quien lo recepciona, por lo que es producido como elaboración incompleta –porque requiere que se active con su lectura-, y es, en consecuencia, espacio en el que se ponen en juego las competencias de los intervinientes en dicha práctica comunicativa. Sobre este último punto, Eco (1987) sostiene: “a medida que pasa de la función didáctica a la estética, un texto quiere dejar al lector la iniciativa interpretativa, aunque normalmente desea ser interpretado con un margen suficiente de univocidad. Un texto quiere que

alguien lo ayude a funcionar”. Esto explica que los escritores prevén un lector modelo capaz de cooperar en la actualización textual y de “moverse interpretativamente” (Eco, 1987, p-n/a).

Hall (2004) desarrolló la categoría de lector ideal (1980), donde presentó el clásico modelo explicativo de las estructuras de significación en la emisión y recepción de los mensajes mediáticos.

Su aporte tiene que ver con los grados de identificación de los receptores en relación con la propuesta de los emisores, pero también en relación con la existencia de géneros, donde se presupone un alto grado de identificación ante la presencia de códigos recíprocos. No obstante, dicho reconocimiento es algo que, de acuerdo a Hall (2004), se da en determinados momentos. Hay, además, instancias de quiebre que son reinterpretadas por los lectores en el marco de transformaciones propuestas desde la producción, las cuales pueden ser consideradas como subgéneros o tipologías dentro del mismo género. Ante esto, estas condiciones de ‘reconocimiento’ por parte del espectador constituyen “uno de los códigos perceptivos fundamentales que comparten todos los miembros de una cultura” (Hall, 2004, p.228).

En virtud de estas pistas, podemos suponer que la idea de lector en la producción implica al menos hacer referencia a las competencias de los destinatarios (que pueden o no leer textos largos, compartir códigos ideológicos o estéticos) y como mínimo a sus modos de identificación con el producto comunicacional (identificación con la propuesta del género y sus variaciones o desplazamientos; con aspectos del temario, etcétera).

Precisamente, Bajtin (1982) establece todo enunciado como dialógico, dado que supone un interlocutor, conocido, reconocido o imaginado, hacia el que dirige sus argumentaciones. Al respecto Arfuch (2010, p. 27) sostiene que la idea de que el destinatario está presente en el enunciado aun antes de que pueda emitir cualquier respuesta, e incluso independientemente de ella, sugiere un protagonismo conjunto de los participantes en la comunicación.

Por su parte, Varela (1999) reflexiona en torno a las comunidades interpretativas en términos de la subjetividad, libertad y límites del individuo en el acto de lectura. Si bien estos elementos refieren a la recepción de los procesos comunicativos y sus audiencias, lo que en especial nos interesa tiene que ver con que hay una diferencia entre el lector ideal (lo que los productores saben y alimentan en torno a sus lectores) y las posibilidades que permite la recepción en términos no sólo relacionales y culturales sino también y más que nunca con relación a los modos de apropiación.

Para Varela, hay una distinción entre las lecturas del lector modelo de las que pueden efectuar críticos literarios, y es el acto de interpretar lo que constituye al significado de un texto. “Los textos son resultado de la interpretación y no a la inversa” (Varela, 1999, p.140), por lo que es la comunidad interpretativa, la comunidad de lectores, la que va a determinar qué es o no literatura (léase periodismo narrativo o periodismo de calidad). El lector es miembro de dicha comunidad con

cuyos integrantes comparte estrategias interpretativas no para leer sino para *escribir* textos, si pensamos en una atribución de sentido.

Es interesante que para Orozco Gómez (1991), la noción de comunidad interpretativa en Latinoamérica está asociada a sujetos sociales unidos por un ámbito de significación especial para su actuación social en relación con su capacidad de agencia. Con frecuencia, las comunidades de interpretación coinciden con comunidades territoriales, pero sus demarcaciones no tienen por qué ser siempre geográficas (Orozco Gómez, 1991, p.58)

Resta agregar que el término podría desplazarse de comunidades interpretativas a comunidades de apropiación, pensando en los contenidos especializados y su lectura en dispositivos móviles, un tema que excede a la producción pero que arroja interrogantes en torno a la consideración de los aportes de los lectores y a su valoración como fuentes de lo noticiable.

Esta posibilidad no sólo nos regresa a la pregunta en torno a los intereses sociales y necesidades colectivas que dan fundamento a los objetos culturales, sino también a las significaciones y acciones colectivas que circulan y se realizan en la web en torno a ellos.

Finalmente, la representación de los lectores –y de las comunidades de interpretación- nos trajo a colación a Barthes (1974), dado que el escritor-periodista muchas veces escribe pensando en un lector que se le parece mucho en preferencias de lectura. Justamente, consideramos que Barthes (1974) lo contempla:

Si leo con placer esta frase, esta historia o esta palabra es porque han sido escritas en el placer (este placer no está en la contradicción con las quejas del escritor). Pero ¿y lo contrario? ¿Escribir en el placer me asegura a mí, escritor, la existencia del placer de mi lector? De ninguna manera. Es preciso que yo busque a ese lector (que lo rastree) sin saber dónde está. Se crea entonces un espacio de goce. No es la “persona” del otro lo que necesito, es el espacio: la posibilidad de una dialéctica del deseo, de una imprecisión del goce: que las cartas no estén echadas, sino que haya juego todavía.

Comprendemos así que la representación del lector en la instancia de producción no sólo es útil sino indispensable en términos de búsqueda individual y colectiva, y que, además, hace referencia a las estrategias que se despliegan para esa “cacería”⁷⁸ que se ha recrudecido en relación con la importancia de plataformas como las redes sociales, su incidencia en las agendas y en el hallazgo cotidiano de los contenidos noticiosos e interpretativos.

Para concluir, diremos que la complejidad de la noción de lector requiere de un análisis que permita identificar recurrencias y dimensiones para su estudio. En el capítulo siguiente haremos algunos avances al respecto.

CAPÍTULO 4. Metodología

Resulta pertinente inscribir este estudio en el marco de la investigación cualitativa de

⁷⁸Empleamos la idea de *cacería* porque las tendencias indican que la búsqueda del lector en redes sociales y en la web en general debe ser activa, por lo que no bastaría con ciertas estrategias de seducción del lector sino también planificar su encuentro en esas plataformas y otros ámbitos.

acuerdo a postulados de Orozco Gómez (2000), Vasilachis (2006), Piovani (2007) y Valles (1999), y hacer referencia puntualmente a la Teoría Fundamentada en los datos (en adelante TF) o *Grounded Theory* por su nombre en inglés, la cual en realidad es un método y una suma de estrategias para producir teoría, cuyo fundamento filosófico tiene fuentes –como ya se señaló- en la fenomenología, el interaccionismo y en el constructivismo.

Para Strauss y Corbin (1990) los datos, los diferentes procedimientos analíticos e interpretativos de esos datos, y los informes escritos o verbales en torno a dicho fenómeno son los componentes principales y materia prima de la investigación cualitativa (Strauss y Corbin, 1990, p.20).

Tal como ya se explicó en el marco referencial, si bien la TF tiene como contexto histórico de emergencia un período en el que la investigación cualitativa intentaba dotarse de rigor y formalizarse (1930-1970), esas condiciones no son las mismas que las actuales donde “la investigación cualitativa es reconocida como un abordaje científico, con parámetros técnico-metodológicos sólidos, bien delineados y abiertos a diversos formatos y entrecruzamiento de perspectivas” (De Suoza Minayo, 2017, p. 561).

En su versión clásica, la TF aparece como un abordaje que busca comprender las significaciones que los sujetos sociales atribuyen a distintos fenómenos, y en términos procedimentales, el paso primero no es la redacción de un problema o la construcción de un marco teórico sino la recolección de los datos desde un nivel exploratorio que tiene como finalidad comprender las problemáticas enunciadas por los entrevistados. No obstante, algunos autores -tales como Strauss y Corbin (2002), Charmaz (2013)- han abierto otras posibilidades en relación con el método, y han dado cuenta de la utilidad de la TF como complemento de diferentes perspectivas teóricas teniendo como fin producir conocimiento en torno a objetos de múltiples disciplinas.

Habiendo reconstruido muy brevemente dicho trasfondo, este proceso de investigación nos obliga a reflexionar en relación con las dificultades que presenta la TF para su implementación en un contexto de realización determinado, -un posgrado- por ejemplo, donde las demandas institucionales exigen contar con un problema inicial y un marco teórico.

De este modo, se vuelve esencial nuestro trabajo metodológico y reflexivo: proponemos un problema en virtud de lo que conocemos del campo disciplinar, de lo que sabemos en virtud de la teoría existente y en función de nuestra observación del referente empírico. Así construimos un marco conceptual entendiéndolo como herramienta que explicita “conceptos sensibilizadores” los cuales, aunque no hubiesen sido enunciados, hubiesen operado en nuestras decisiones de todos modos, teniendo en cuenta el recorrido y formación de quien toma las decisiones de investigación.

Apelando a la “sensibilidad teórica” que promueve la misma TF también ejercitamos una vigilancia epistemológica que consistió en dar mayor peso a aquello que emerge del campo.

Posteriormente sostuvimos esa vigilancia en la conformación de categorías, y las seleccionamos y relacionamos siendo conscientes de que el que tomamos puede no ser un único camino para el análisis del fenómeno. De esta manera también ordenamos un árbol de categorías –para nuestro plan de análisis-y conjugamos lo obtenido con datos contextuales actualizados.

Delimitación del período, conformación del corpus y de la muestra

Algunos proyectos periodísticos y de medios sociales fueron pioneros en la producción informativa especializada a partir de la crisis del año 2001, no obstante, consideramos que los grados de institucionalización de las revistas digitales de periodismo narrativo se volvieron notorios entre 2012-2016 por distintas razones. Por un lado, se volvió aguda la crisis de los medios generalistas en torno a su calidad informativa, por otro, los costos del papel y los problemas de distribución suscitaron migraciones a la web, a lo que se sumó una resignificación del periodismo cultural en su reinención desde ejercicios de interpretación y de investigación y, finalmente, notamos la necesidad colectiva de interpelar a las agendas generalistas.

En principio se consideró información relevada en la web y otras fuentes ya detalladas, que hicieron referencia a la crónica y a su existencia en soporte digital, lo que resultó en el mapa que presentamos en el capítulo dos de este trabajo. A esto añadimos una lectura de datos de los censos realizados por la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (ARECIA) entre 2013 y 2016. A la vez indagamos en alrededor de veinte revistas locales para determinar cuáles propusieron la práctica del periodismo literario -desde los textos, desde sus slogans, desde secciones completas- y también se tuvo la idea de efectuar un cruce con las referencias a premios como Crónicas Interiores (CI) o instancias de capacitación de la FNPI.

Un último criterio tuvo que ver con que las publicaciones tuviesen enfoques temáticos y propuestas de contenidos que articularan los territorios geográficos y simbólicos en relación con lo local y regional, y con local-global.

Seleccionamos así a emprendimientos que estuviesen ubicados en distintos puntos del país, entendiendo que el sistema de medios, como también las condiciones para la obtención de publicidad o para establecer prácticas asociativas cambian según la región.

En consecuencia, se extrajeron textos y se realizó entrevistas a referentes de *Anfibia*, *Tucumán Zeta* (Tucumán), *Último Round* (Luján, provincia de Bs As), *Telaraña Digital* (Paraná, Entre Ríos), *Deodoro* (Córdoba), *Revista Ajo* (Mar del Plata), *Escritura Crónica* (conurbano bonaerense), *Big Sur* (Chubut) e *Islandia* (Córdoba).

Las entrevistas se hicieron a editores en la mayoría de los casos priorizando sus

experiencias, aunque también consideramos que muchos de ellos eran colaboradores o redactores-cronistas, y también sumamos la mirada de un editor de fotografía.

El guion de entrevista tuvo categorías iniciales sobre los proyectos, las rutinas y los productos comunicacionales. Un listado con el que se contó previamente y que orientó las preguntas formuladas, aunque se dejó abierta la posibilidad de que los entrevistados introdujeran ejemplos, comentarios, anécdotas, creencias, y otros elementos no considerados y que fueron de utilidad.

Entre otros aspectos, se indagó considerando los mismos ítems: la apuesta a los géneros narrativos (potencialidades y limitaciones de la crónica y subgéneros), estructura organizacional (roles, tareas, jerarquías, modalidad de toma de decisiones, vínculos, tiempos de producción y publicación, frecuencia de publicación), canales comunicativos, espacios de trabajo modos de encuentro y lugares; representaciones del lector, formas participativas implementadas o desestimadas, decisiones en torno al diseño, a la distribución de los textos en redes sociales, en torno a los comentarios, y otros detalles, opiniones personales relacionadas a la medición de visitas a las web y estrategias diversas, como también motivos del final de las publicaciones en los casos en los que correspondía. Una constante que afloró sin que estuviese específicamente preguntada en muchos de los casos fue en torno a las experiencias personales y biográficas relacionadas a medios generalistas, las consecuentes creencias muy específicas y reveladoras en torno a ese tipo de periodismo (y al lector que construye).

Cabe redundar en este punto que el método (y el software empleado para su aplicación) es aplicable a observaciones, entrevistas, artículos, archivos sonoros y otros documentos. Dicha posibilidad habilita a la TF para una comparación analítica de mayor alcance en relación con otros métodos (Valles, 1999, p 348). Asimismo, las anotaciones teóricas y metodológicas para el análisis de los datos (memos) son instrumentos enriquecedores que integramos en el momento de la escritura final y en un apartado de reflexión que consideramos necesario.

Entrevistas en profundidad semiestructuradas

¿Por qué una entrevista semiestructurada? En principio, porque es alternativa ante las dificultades que presenta la técnica de observación participante tradicionalmente aplicada a la investigación de la producción periodística. También permite considerar y aprovechar nuevas formas virtuales del trabajo periodístico en publicaciones que se realizan desde distintas provincias, teniendo en cuenta el lugar geográfico desde donde se escribió este trabajo, es decir, la Patagonia.

Las entrevistas se realizaron en mayoría vía Internet. Los sitios donde pudieron conectarse los entrevistados para charlar resultaron ser lugares cómodos como sus propios domicilios, en días y

horarios propuestos por ellos, en los que tuvieron posibilidad de dedicar tiempo al diálogo.

En el marco de cada entrevista se realizó una breve presentación del tema, y se puso de manifiesto cómo se utilizaría la información suministrada, con cuáles finalidades, a fin de suscitar un clima de amabilidad y confianza con los entrevistados, permitiéndoles ahondar en ejemplos u opiniones cuando fuese necesario. No obstante, la presentación no fue en todos los casos igual. En ocasiones, hubo preguntas o comentarios de los entrevistados en torno al interés que generaban las revistas digitales de periodismo en espacios académicos, en torno a las modalidades adaptativas y de financiamiento empleadas por otras publicaciones, como también consultas de opinión personal sobre el producto final, en el caso de textos específicos o las revistas en general.

La forma de contacto se llevó a cabo mayormente vía redes sociales o a partir de referencias en las secciones "quienes somos" de las webs de las publicaciones. Hubo sólo dos casos (dos revistas) en los que las consultas no fueron respondidas.

Los sujetos entrevistados se seleccionaron bajo los siguientes criterios: a) ser fundador de la revista o integrar el núcleo de sus responsables b) ser editor, c) ser colaborador o d) tener todos estos roles juntos.

De este modo, los diálogos acordados se concretaron con asistencia de programas y aplicaciones tales como Skype o Google Hangouts, sumando dos entrevistas presenciales, una telefónica y un intercambio en WhatsApp. Todas las comunicaciones se realizaron desde la ciudad de Comodoro Rivadavia entre agosto de 2016 y marzo de 2017 con excepción de la charla vía WhatsApp que se realizó en 2018.

Los entrevistados mostraron una generosa y absoluta predisposición y hablaron de todos los temas sobre los que se los consultó detallando situaciones y explayándose. Los diálogos duraron alrededor de 90 minutos en general -con excepciones de hasta una hora veinte- y fueron transcritos en su totalidad para ser utilizados como parte de la unidad hermenéutica del programa *Atlas ti*. Además -los y la editora con quienes se dialogó- pudieron recomendar revistas web, notas de otros medios o charlas posteriores con compañeros de equipo o con otros periodistas. Siguiendo sus indicaciones fue que identificamos más publicaciones e incluimos una de ellas al corpus (*Islandia*). Como se dijo, el programa *Atlas-ti* permitió agrupar los textos resultantes de las entrevistas (en "familias") y tenerlos a disposición en todo momento.

Guía de categorías para las entrevistas

- 1) Datos generales
- 2) Nombre
- 3) Fecha de creación

- 4) Antecedentes de la publicación (historia, modo de creación, primeras prácticas colectivas o individuales)
- Conceptos relacionados al proceso de producción (roles, tareas, diseño, publicación)
- 5) Cantidad de periodistas y roles (staff)
- 6) Tiempos de producción (de cobertura, escritura y publicación)
- 7) Lugar físico de trabajo (oficina, redacción, casa, otros)
- 8) Frecuencia de publicación (cada cuánto actualiza la web)
- 9) Financiamiento. Emisión continua (modelo de flujo) medios electrónicos, gratis, publicidad, suscripción. Otros.
- 10) Roles. Nuevos roles, viejos roles.
- 11) Organización del trabajo. ¿Cómo es el esquema de edición y el de colaboración?
- 12) Quiénes son los editores (¿Son también fundadores de la revista?)
- 13) Cuáles son los criterios de selección de temas (noticiabilidad)
- 14) ¿Las colaboraciones se pagan?
- 15) Participación del lector. ¿Quiénes son los lectores? ¿Cuántos son? ¿Cómo y en qué momento leen? ¿Por qué crees que eligen tu publicación? ¿Se leen los comentarios?
- 16) Criterios de uso de recursos multimediales.
- 17) Criterios para el diseño original y su renovación.
- 18) Estilo editorial: misión y visión de la revista. Situación contextual.
- 19) Temario (cuáles temas son más representativos del estilo editorial, textos con más visitas)
- 20) Extensión de los textos, criterios individuales y colectivos
- 21) Estilo (narrativo, de interpretación, académico, de investigación, de inmersión, otros)

Conceptos observables en los textos

- 22) Tipo de actualidad (reciente, prolongada, permanente, “no actualidad”).
- 23) Estructura Gral. Secciones temáticas y/o espacio atribuido a artículos de periodismo literario
- 24) Fuentes. ¿Cuáles son las fuentes que se atribuyen en el texto?
- 25) Recursos tradicionales periodismo literario. Narración por escenas. Uso de la primera persona. Cambios de punto de vista. Otros recursos utilizados. (Inductivo)
- 26) Recursos del entorno digital. Fotografías (posee o no posee, tamaño, scroll, ubicación, relación con el texto). Videos (posee o no posee, duración, tema, scroll, ubicación, relación con el texto). Multimedia (tipo de recurso multimedial) u otros (transmedia, 360).
- 27) Hipertexto. Links, hacia dónde dirigen (internos, externos). Sentido atribuido en la producción.
- 28) Interactividad. ¿Los artículos están abiertos a comentarios? ¿Las revistas permiten que se dialogue en torno a los textos, se pueden visualizar los comentarios en las páginas web?

Muestreo

En lo que hace al corpus de textos, en primera instancia se relevó grados de importancia y sentidos atribuidos por los editores a las distintas crónicas, entrevistas, perfiles, documentales, etcétera.

En segundo término, se tuvo en cuenta la disponibilidad de los mismos en cachés on line. Asimismo, se relevó el patrón de actualización y la cantidad de artículos publicados desde los inicios, con el fin de considerar una distribución lo más equitativa posible para cada revista (familia de textos) según cantidad de años de existencia.

Por ejemplo:

- Textos seleccionados de la revista *Ajo* (Fecha de creación: 2014)
 - 1) "El periodismo convencional es una burocracia gigantesca" autores Federico Polleri, Romina Elvira (fotos). Agosto 2014.
 - 2) "Quién dijo que no hay negros en Rumencó" sección informes, autora: Andrea Pérez Calle. Agosto 2014.
 - 3) "Sé lo que hicieron en el diario *El Atlántico*" autores Federico Polleri, Romina Elvira (fotos), Pablo González, Federica González septiembre 2014
 - 4) "Mundo porno". Federico Polleri, fotos de Romina Elvira, noviembre 2014
 - 5) "Galleros" Javier Andrada. Noviembre 2014
 - 6) "Bienvenidos al Paseo Aldrey" Autor Federico Polleri, octubre 2015
 - 7) "Los fachos" Autor Federico Desántolo, Marcelo Núñez (fotos). Junio 2015
 - 8) "Relatos de un chalchalero". Autor Agustín Marangoni- diciembre 2015
 - 9) "El juego del papa" Julián Maradeo. Septiembre 2016
 - 10) "Quién suena reggae" Agustín Marangoni. Noviembre 2016
 - 11) "*AJOxAJO*" Editorial. Octubre 2016

De este modo se conformó una primera muestra que luego se completó con una segunda que equilibrara cantidad de textos por revista, hasta su saturación conceptual. Dentro de los criterios señalados por los editores se reconocieron los siguientes.

- Los textos más leídos y/o comentados en la web o en redes sociales recordados como gustos del lector que operaban en la memoria del editor
- Textos con relevancia local y/o tratamientos más significativos por su proximidad con los hechos de

referencia

- Textos que cambiaron la frecuencia de publicación o el sentido de la actualidad prolongada o permanente
- Textos con relevancia por su trabajo estilístico o investigativo [que lograron poner de manifiesto el estilo de la publicación (de investigación, inmersivos, de algún género específico como la entrevista que giraron en torno a personajes y/o momentos históricos o de defensa de derechos)]
- Textos en los que se utilizaron recursos multimediales como formas narrativas complementarias
- Textos premiados
- Textos periodísticos que presentaron temas de importancia social y cultural para la reflexión del lector

La muestra total contó con alrededor de 200 documentos primarios (DP), con un promedio de entre 12 y 15 textos por publicación; sumando diez entrevistas en profundidad (nueve codificadas) además de capturas del diseño web. Posteriormente se incluyeron apuntes de campo que resultaron de consultas puntuales sobre el uso de la fotografía en el género magazine.

Cabe aclarar que la muestra creció en distintas ocasiones: al reunir los textos sugeridos por los entrevistados como los más representativos del estilo o de la mirada editorial de cada revista; al prepararlos y ver sus condiciones para la codificación abierta salvando las dificultades que presentaron algunas publicaciones que dejaron de estar on line en el lapso de un año; y hubo momentos de ajuste posteriores para mantener una muestra distributiva en torno a cada publicación, añadiendo de a un texto hasta su saturación.

A la izquierda puede observarse cómo se agrupan los textos por revista o en “familias”. Captura del administrador de documentos primarios de la unidad hermenéutica Atlas.ti.

Apuntes sobre el diseño y la toma de decisiones en la TF

Se procuró un diseño flexible, brindando la posibilidad de conservar conceptos preexistentes y otros emergentes. Si bien los autores de la TF establecieron que no contar con un marco previo era garantía para reconstruir los fenómenos desde su esencia, en este caso se elaboró un marco de referencia desde el cual comenzamos a reflexionar críticamente en torno a los motivos y surgimiento del método y, entre otras cuestiones, sobre las limitaciones de observación participante, por lo que se tuvo en cuenta lo poco o nada viable que sería aplicar dicha técnica de acuerdo a lo ya expresado. En consecuencia, se pensó en otros métodos de recolección de datos que requerirían sólo una conexión básica de internet y el uso de algunas aplicaciones para el diálogo on line y la recuperación de archivos.

Entendimos que la técnica de entrevista permitía una reconstrucción de los procesos vividos por los sujetos desde el lenguaje, por lo que la descripción de las experiencias nos permitió conocer sus representaciones, las cuales dialogaron con otras categorías emergentes.

En lo que refiere a las etapas establecidas, el procedimiento propuesto por la TF implica la realización de a) una codificación abierta conforme a la detección de recurrencias y diferencias para

el establecimiento de conceptos descriptivos del problema, b) una codificación axial (relativa al problema como eje) a fin de determinar categorías más importantes en virtud del enfoque que se hizo del fenómeno complejo, y c) una codificación selectiva, como etapa de reintegración de los conceptos en virtud de la pregunta de investigación y en virtud de la necesidad de encontrar un hilo narrativo para la escritura posterior.

Siguiendo a Cáceres (2003, p.61) elegimos codificar frases y párrafos y no palabras sueltas, para el reconocimiento de los usos que de ellas hicieron los entrevistados y narradores en los contextos de entrevista y en las publicaciones.

Un aspecto en el que reparamos es que la teoría clásica de Glaser y Strauss (1967) emerge como respuesta a la necesidad de dotar de validación y factibilidad a las investigaciones cualitativas a partir del reconocimiento de recurrencias, aunque las investigaciones más recientes innovaron en los procedimientos que indagan no solo en torno a similitudes entre los casos sino también en las diferencias, e incluso las plantean en el marco de mapas contextuales, relacionados por ejemplo a la atribución de poder en las organizaciones. Lo que interesa en este caso es que la TF provee pautas para el análisis sistemático de la información integrada, mediante el empleo del método comparativo constante (MCC), “que está en cierto sentido opuesto a la estrategia canónica de generación de teoría a partir de deducciones” (Piovani y otros, 2007, p.295).

Otro detalle considerado tuvo que ver con que al inicio de la codificación selectiva sabíamos que la propuesta de la TF apuntaba a seleccionar una sola categoría central o medular para articulación de las demás. En nuestro caso discurrimos que la creación de una categoría como la de Periodismo literario digital (PDL) era necesaria para reflejar los cambios que la web y que otras condiciones contextuales produjeron al periodismo especializado, aunque no resultaba suficiente para la integración total (con otras categorías del nivel subordinal). Ante esto, resolvimos destacar otra junto a la primera, es decir, la de lector, entendiendo que ambas serían las principales o medulares, aspecto que ampliamos en las conclusiones.

En lo que hace al análisis, se constituyó desde las etapas de codificación abierta, axial y selectiva aunque su escritura se hizo de manera posterior sumando apuntes y anotaciones como también datos contextuales. La etapa de integración demandó volver a pensar el valor de los datos puestos en relación. Sobre todos estos planteos volveremos en el último capítulo de este trabajo.

Sobre el método comparativo constante (MCC)

El método comparativo constante y la saturación de las categorías son dos procedimientos clave en la TF. San Martín (2014) sintetiza los procedimientos y sentidos del MCC que formularon (Strauss y Corbin, 2002, p. 8), de la siguiente manera:

- a. El MCC no se ocupa, como meta principal, de testear provisionalmente los datos recogidos, sino de generar categorías conceptuales, sus propiedades (aspectos significativos de las categorías) y las hipótesis (o relaciones entre ellas).
- b. En el MCC, las propiedades (de las categorías teóricas) no son únicamente causas, como en la inducción analítica (en adelante IA), sino que pueden ser también “condiciones, consecuencias, dimensiones, tipos, procesos, etcétera”.
- c. En el MCC, no hay un intento de “verificar la universalidad ni la prueba de las causas sugeridas u otras propiedades”. Y al no haber prueba, este procedimiento (a diferencia de IA) únicamente requiere de la “saturación de la información”. El objetivo no es tanto la verificación como la generación de teoría.
- d. Al MCC se le considera más aplicable a cualquier tipo de información cualitativa (observaciones, entrevistas, documentos, artículos, libros, entre otros) en un mismo estudio. De ahí, que se le atribuya una comparación analítica de mayor alcance que la correspondiente a la IA.

Codificación abierta

La codificación abierta se inició con textos de cinco de las nueve revistas para luego integrar toda la muestra. Como primera dificultad para lograr una muestra distributiva en esta etapa se encontró que, al cambiar de diseño, las webs habían dejado de tener on line las notas de sus comienzos o incluso una había borrado su dominio (*Big Sur*). Esto último reflató la pregunta por el archivo y conservación de las publicaciones en línea y obligó a recuperar la mayor cantidad de notas del período valorando los criterios de importancia que habían señalado los entrevistados.

Otra reflexión del proceso de codificación abierta tuvo que ver con que la misma no permitió analizar flujos narrativos, por lo que comenzamos a observar la fragmentación de los datos. De ahí la determinación de que la codificación abierta fuese un trabajo de reconocimiento por frases y párrafos.

De forma posterior, el ejercicio de codificación produjo una cantidad considerable de códigos emergentes (alrededor de 250) por lo que fue necesario depurarlos (fusionándolos en virtud del sentido de las categorías) trabajo que se sostuvo hasta la codificación axial.

En la TF, lo que se busca es nominar ideas conceptuales transformándolas en categorías que luego estarán interrelacionadas a partir de otras, llamadas “medulares” o centrales. Esta interconexión determina condiciones contextuales, causales, intervinientes, resultados y consecuencias del tema planteado.

A continuación, se transcriben los códigos con los que se contó en el proceso de trabajo.

Conceptos preexistentes y emergentes

Entendemos que la pregunta de investigación refiere a la representación del lector desde la instancia de producción, la cual, de acuerdo a los postulados iniciales, da cuenta de la relación revistas-lector. Como ya señalamos, consideramos que a partir del modo en el que se piensa al otro/lector se establece un tipo de relación y no otra, y que dicho diálogo nos permitiría conocer más a la producción.

Una vez que se termina la codificación abierta y que se establece el listado de códigos principales, el software *Atlas.ti* permite efectuar una serie de operaciones tales como verificar la concurrencia de códigos -cuáles conceptos se cruzan y relacionan con otros-, y conocer el nivel de densidad entre dichas relaciones, para reflexionar en torno a lo que más nos interesa.

Los códigos preexistentes a las codificaciones fueron los siguientes.

- 1) Lector, 2) Comunidad. 3) Tipo de actualidad. Actualidad permanente/Actualidad prolongada/Actualidad reciente/Actualidad sincrónica/Archivo 4) Staff (autores) 5) Género (crónica, perfil, ensayo, entrevista documental) 6) Diseño (home, servicios, editorial, ¿quiénes somos? cantidad de notas en slide, con foto, links a redes sociales, etc.) 7) Fotografía (cantidad de scroles) 8) Hipertexto 9) Extensión 10) Financiamiento 11) Soporte digital/de papel 12) Multimedia 13) Periodismo experiencial 14) Periodismo literario digital 15) Temario 16) Texto con fotos 17) Ambientes 18) Escenas 19) Diálogos 20) Personajes 21) Conflicto 22) Objeto (de la narración) 23) Territorios, 24) Fuentes 25) Estilo (marcas del sentido social de la publicación).

A los conceptos anteriores se fueron sumando otros con el avance de la codificación de los documentos primarios (DP). En este caso, el procedimiento sirvió para incluir códigos para categorías nuevas, relacionadas más que nada con el estilo y las estrategias de escritura de los distintos géneros, sumando otros rasgos de las entrevistas y que tenían que ver con la producción y el lector.

La codificación abierta resultó también un inicio del análisis, un comienzo de las anotaciones para alcanzar las definiciones, y un momento de gran expansión creativa y exploratoria de los datos. En ese mismo ejercicio, algunos conceptos empezaron a ser reorganizados como subdimensiones de las categorías con el propósito de alcanzar la saturación de las mismas, es decir, encontrar mediante el ingreso de datos, la mayor cantidad de dimensiones o variabilidad posible.

Por ejemplo, en una primera etapa que consideramos de prueba, dicha expansión y exploración llevó de unos 30 códigos iniciales a 264. Se transcriben aquí gran parte de los conceptos emergentes.

Categorías y códigos emergentes (muestra de cinco revistas)

REVISTAS Historia-principio y final de la publicación/Contexto (tensiones) Redacción (física/virtual freelance) /Marca (nombre)/ Staff-roles. Colaboradores. Soportes. Misión y visión.

LECTOR Exposición selectiva/Redes sociales, lectura digital, extensión, dispositivos/ Comentarios. Comunidad. Talleres-formación

GÉNEROS Género “artículo” /Género “informe” / género “editorial” /género ilustración/género relatoría/género reseña/ensayo, crónica, perfil, documental, entrevista

CRITERIOS EDITORIALES Manual de estilo/Criterios de tiempo y cobertura/ Criterio de tratamiento/roles editoriales/colaboradores/Contenido local (producción propia)

DISEÑO (foto —ilustración/infografía/ Logo/segmentos del texto; recursos para destacar frases, secciones). Secciones, ilustración/infografía/ Logo//subtítulos/separaciones (numeración de segmentos y separaciones) /frase destacada/ negritas (ensayo)/Galería (punto de vista)

FOTOGRAFÍA Tamaño de fotografía (pequeña, mediana, grande) (cantidad de fotos) foto conceptual/foto de autor/foto de la periodista/foto doble/foto perfil/foto referencial/foto slide

FUENTES Tipo de fuentes, introducción de voces de terceros- Fuentes académicas/Fuentes documentales/Fuentes en off/Fuentes especializadas/Fuentes estadísticas/Fuentes judiciales/Fuentes legislativas/Fuentes medios generalistas/Fuentes municipales/Fuentes oficiales/Fuentes sindicales/Fuentes testimoniales

FINANCIAMIENTO gestión vincular/autogestión/talleres/publicidad/suscripción

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Alternativos, sociales, autogestivos, especializados, generalistas

TIPO DE PERIODISMO de investigación experiencial (Gonzo) Interpretativo Periodismo literario digital-Periodismo móvil (responsivo)-Periodismo narrativo. No ficción.

RECURSOS NARRATIVOS Objeto. Monólogo interno. Descripción narrativa/Diálogo destacado/Diálogo ficcional/Diálogo transcripción/secuencia, tramas, transmedia, uso de refranes, personaje, anticipación, primera línea, conflicto, final del texto, autorreferencialidad; pregunta retórica/primer línea/ punto de vista. Encabezado/Enumeración (ensayo), intertexto/hipertexto. Introducción entrevista/Listado (a modo de ensayo). Cita destacada/Cita directa, indirecta, mixta.

TEMARIO tema aborto/tema amor y política/tema arte/tema autocensura/tema bailanta/tema cannabis cultivo responsable/tema cárceles/tema comercio ilegal (La Salada)/tema corporalidades/tema corrupción/tema dictadura/tema discriminación/tema diversidad/tema empresarios de medios/tema feminismo/tema fisicoculturismo femenino/tema fútbol/Tema Gobierno nacional/tema humor político/tema identidad/tema iglesia católica/tema internacionales/tema

juventudes/tema kirchnerismo/tema ley de medios/tema marginalidad/tema masculinidades/Tema medios/tema mujeres/tema neurociencia y pobreza/tema oficios/tema periodismo narrativo/Tema política/tema política cultural/Tema política de comunicación/tema política de medios/tema política internacional/tema política universitaria/tema pornografía/tema problemáticas ambientales/tema relaciones Gobiernos iglesia/tema represión policial/tema revistas autogestionadas-medios sociales/tema servicio inteligencia/tema sexualidad, afectividad/tema talleres formativos crónica/tema tecnología/tema trabajo en negro, tema relación medios-política.

Como puede notarse, la cantidad de códigos o conceptos emergentes y preexistentes superaban los 250, una cantidad demasiado alta para la saturación de la muestra y para el análisis mismo. Todavía restaba concluir la codificación abierta para pasar a la etapa de codificación axial, y la cantidad de conceptos relevados era preocupante dado que los textos y las revistas que faltaban codificar sin duda aportarían nuevas categorías y conceptos.

Captura del administrador de códigos UH en Atlas.ti

Camino a la codificación axial

El paso siguiente de la codificación abierta es la codificación axial que implica ir observando cómo comienzan a relacionarse las categorías en virtud de la pregunta de investigación. Luego, el establecimiento de interconexiones está guiada por preguntas relacionadas: ¿Cuáles son las condiciones causales? ¿Cuáles las estrategias? ¿Cuáles las condiciones intervinientes? ¿Cuáles las contextuales?

Usualmente, el uso del programa *Atlas.ti* establece relaciones "fuertes" entre códigos con códigos (conceptos con conceptos), y relaciones "débiles" entre códigos y citas (conceptos y los

datos que los conforman). El paso a la etapa de codificación axial nos permitió descubrir que las relaciones entre categorías están orientadas por los criterios y objetivos de la investigación, y la/s categoría/s central/es permiten una “depuración” entre códigos; en principio para considerar aquellos que nos interesaban más (en virtud de nuestro problema) y en segundo caso para incorporar al diseño otras categorías emergentes relevantes.

Este momento requirió de un árbol de categorías que ayudó a identificar conceptos, propiedades y dimensiones. Siguiendo a Glaser y Strauss (1967), la codificación selectiva posterior permite reintegrar un entramado de conceptos (abstracciones iniciales), categorías (mayor nivel de abstracción), las propiedades (aspectos de las categorías o elementos) y dimensiones. Esta última codificación se produce desde las categorías centrales a las subsidiarias y se representa en un gráfico o esquema que da cuenta de condiciones causales, estrategias (transformaciones), contexto, condiciones intervinientes (que influyen las estrategias) y consecuencias.

Relación entre pregunta de investigación, objetivos y categorías principales

Tras haber codificado una parte de la muestra total, algunas categorías presentan diferentes dimensiones y propiedades acercándose a su saturación. Para comenzar a pensar relaciones entre ellas, fue necesario hacer un seguimiento de los códigos más importantes, para esto, resultaron de suma utilidad una tabla-memo y vistas de red del programa Atlas.ti.

Pregunta de investigación	Objetivo gral.	Objetivo Especifico 1	Objetivo 2	Objetivo 3	Categorías principales Códigos con más citas
¿Cuáles son los rasgos principales del periodismo literario digital (PLD) y cuáles son las modalidades de construcción de la figura del lector?	• Analizar los rasgos principales de la producción del periodismo literario y/o especializado en soporte digital en Argentina durante el periodo 2012-2016, haciendo hincapié en la	• Analizar el fenómeno de la producción de las revistas digitales de periodismo literario en relación con el sentido que los sujetos involucrados atribuyen a sus prácticas comunicacionales	• Establecer cómo se construye la figura del destinatario de estos productos y su relación con otros aspectos significativos del proceso de producción	• Relevar estrategias narrativas de elaboración de los textos y cómo se articulan con los contextos de publicación	LECTOR Exposición selectiva/Redes sociales, lectura digital, extensión, dispositivos/ Comentarios. COMUNIDAD INTERPRETATIVA Talleres-formación REVISTAS antecedentes, conformación, misión; visión. Estilo. Soporte digital/papel. Redacción física/virtual. Roles, colaboradores. Staff editorial. DISEÑO (foto –tamaño- ilustración/infografía/ Logo/segmentos del texto; estructura/secciones). Fotografía (cantidad de fotos, objeto de las fotos en relación con el texto)

	significación de dichas prácticas y en la construcción de la figura del lector				MEDIOS ESPECIALIZADOS TIPO DE PERIODISMO GÉNEROS Criterios editoriales -Moral de estilo/Criterios de tiempo y cobertura/ Criterio de tratamiento/roles editoriales/colaboradores/Contenido local (producción propia) FINANCIAMIENTO RECURSOS NARRATIVOS. Fuentes (tipo de fuentes, introducción de voces de terceros) Multimedialidad. Hipertextualidad, intertextualidad TEMARIO (tipo de tema de la sección "Sociedad")
--	--	--	--	--	---

Tabla-memo que sirvió como guía inicial

Relaciones entre categorías, conceptos y citas (datos)

A modo de prueba se seleccionaron algunos conceptos en vías de elaboración a partir de la pregunta de investigación. De allí se clarificaron -a través de la codificación abierta- conceptos, categorías, propiedades y dimensiones, elementos que permitirían pasar a la etapa siguiente. Así los conceptos (códigos) son las unidades básicas con los cuales se comienza a pensar en una teoría sustantiva. Las categorías tienen un nivel mayor de abstracción que los conceptos. Los conceptos pueden estar agrupados para formar una categoría. A su vez, las categorías cuentan con propiedades (variabilidad) o subcategorías (aspectos conceptuales), que permiten comprender distintos aspectos de las mismas.

Vista de red del programa Atlas.ti donde pueden visualizarse categorías, conceptos y propiedades relacionados con los documentos primarios de la revista Anfibia

Coocurrencia de códigos

La codificación abierta también permitió comenzar a identificar lo que llamamos concurrencia o coocurrencia de códigos, que equivale a los códigos que coinciden en la misma cita o en partes de ella. La herramienta de coocurrencia resultó interesante para visualizar relaciones “débiles” (entre citas) como también las “fuertes” o coincidencias y densidad de los códigos empleados. También ofreció algunas pistas sobre las relaciones entre subcategorías o sus propiedades.

Puede observarse la complejidad y coocurrencia para el código “lector” con diversidad de códigos (captura). A la vez el programa Atlas.ti permitió hacer el mismo seguimiento en la tabla de coocurrencia, por lo que, por ejemplo, encontramos una densidad alta entre el código “lector” y el “temario” que propuso cada revista (tabla).

Tabla de co-ocurrencia de códigos

COLUMNAS

Seleccionado (1 de 1)

LECTOR {133-0}~

	LECTOR
ambientes	1 - 0,01
AUTOGESTIÓN	1 - 0,01
autorreferencialidad (prim	10 - 0,04
comunidad interpretativa	11 - 0,07
conflicto	6 - 0,03
CRITERIO DE TRATAMIENTO	3 - 0,02
CRITERIOS EDITORIALES	2 - 0,01
PERIODISMO EXPERIENCIA	1 - 0,01
PERIODISMO INTERPRETA	4 - 0,03
REDES SOCIALES	5 - 0,03
TEMARIO	14 - 0,08

FILAS

Seleccionado (11 de 11)

ambientes {38-0}
 AUTOGESTIÓN {7-0}
 autorreferencialida
 comunidad interpr
 conflicto {65-0}
 CRITERIO DE TRAT.
 CRITERIOS EDITOR
 PERIODISMO EXPE
 PERIODISMO INTE
 REDES SOCIALES {
 TEMARIO {57-0}~

Resultado del código en columna

Captura del programa Atlas.ti, tabla de coocurrencia de códigos.

Propiedades y dimensiones

Luego, se realizó como ejercicio de prueba el establecimiento de propiedades y dimensiones de categorías principales: revistas y lector. Recordemos: mientras que las propiedades son los atributos de una categoría, las dimensiones representan la localización de una propiedad durante un continuo o rango (Strauss y Corbin, 1998, p.128).

Categoría revistas

1. Concepto: motivo de creación (propiedades)

- La revista se creó por una necesidad política comunicacional más que narrativa
- Para presentar otro temario (en relación con medios generalistas)
- Es el resultado de una coyuntura institucional académica
- Es el complemento indispensable de la versión de papel
- Resulta de una relación de amistad entre colegas
- Representa un espacio alternativo a los medios generalistas para ejercer el periodismo con mayor libertad
- Es la evolución de un blog individual en un proyecto que se abre a otros colegas
- Es la respuesta adaptada en contraste con formatos de larga extensión de la crónica tradicional
- Permite elaborar un temario con temas que atienden la vida cotidiana de un modo más “positivo” que otros medios
- Ofrece piezas de periodismo de interpretación en tiempos de posverdad

2. Concepto Nombre de la publicación

Definición

Refiere a una estrategia de denominación y construcción de marca periodística. Puede hacer alusiones o analogías, como por ejemplo, al aislamiento (de procesos políticos contextuales del interior del país), a nuevas condiciones para informar e informarse, al acontecer en el territorio y lo local, apelando a modalidades de ejercicio del periodismo y/o características específicas o tradicionales del género narrativo.

Propiedades

- Se pone un nombre como juego, para establecer un diálogo con otras publicaciones. Ejemplo: *Islandia y Panamá*
- Hace alusión al aislamiento de los procesos políticos del interior del país.
- Alusión a un territorio inventado, nuevo
- Alusión al libro de Jack Kerouac (*Big sur*)
- Alusión al periodismo de largo aliento (*Ajo*)
- Alusión a la obra de Cortázar (*Último Round*)
- Alusión a un producto resultante de la unión del periodismo y la academia en un formato que

refiere a mixtura y en relación con los intentos de definición de la crónica (*Anfibia*)

-Alusión a redes digitales y posibilidades narrativas de temas sociales (*Telaraña Digital*)

-Alusión a dirigente universitario reformista, periodista y activista por los derechos humanos (*Deodoro*).

3. Concepto “misión” del periodismo que hacen

-Consiste en romper con las ideas instituidas producto de un discurso homogéneo y de un proceso histórico de concentración de medios

-Para poner de manifiesto las tensiones en la esfera pública local

-Narrar la ciudad, la región, el país

-Desplazar el temario cultural a uno periodístico. Llevar adelante un proyecto académico y periodístico

-Evolucionar de blog a revista digital

-Mantener vivo el legado del género narrativo en el soporte digital

-Presentar un temario con calidad y complejidad

-Gestionar espacios de encuentro más allá del producto cultural y comunicacional

Concepto Staff editorial (Consejo editorial)

Definición

Se trata de los roles principales que hacen posible la publicación y dan cuenta de su estructura organizativa. Puede establecerse en términos de distribución del trabajo, jerarquización, toma de decisiones y modos en los que se cumplen las tareas (horizontal, vertical, transversal). Encontramos que las publicaciones especializadas de periodismo digital suelen tener “una mesa chica” de editores que toman las decisiones centrales, distribuyen el trabajo y realizan tareas de forma colaborativa o colectiva. Esos núcleos pueden estar integrados por fotógrafos-diseñadores, ilustradores, programadores y community managers, aunque estos profesionales muchas veces forman parte de los grupos más grandes de colaboradores que participan coordinados por el grupo estable.

Editores

Definición

Núcleo estable de la revista, grupo de sujetos que toma decisiones, muchas veces se trata de sus fundadores, pueden ser también colaboradores y gestores de vínculos comunicacionales hacia afuera. Suelen compartir una búsqueda conceptual en términos periodísticos. Colaboran con la

definición del diseño y criterios editoriales generales y particulares apuntando a un “estilo” editorial como también con las formas de relación con los lectores, tales como habilitar comentarios. Se trata de roles que fueron sumando tareas y actividades, por lo que hay una transformación que se puede asociar a una precarización laboral que deberá cotejarse con datos contextuales.

Propiedades

- En algunos casos dentro del staff se cuentan pasantes universitarios que colaboran con el consejo editorial (*Anfibia*)
- Las personas que lo integran suelen trabajar en otros medios de comunicación generalistas
- Pueden o no haber estado ejerciendo el periodismo y reunirse para hacerlo
- Pueden o no estar vinculados a la academia como docentes o colaboradores

Colaboradores

Definición

Son las personas que aportan sus textos y asignan tiempo de reporteo a esa labor. Según el tipo de tema trabajado pueden ser ilustradores, diseñadores, fotógrafos, programadores, community managers, cronistas, escritores, periodistas o académicos que desempeñan su tarea muchas veces bajo la modalidad “freelancers”.

Propiedades

- Definen el temario junto a los editores ya que en algunos casos no hay “limitaciones” para las propuestas de cobertura (temario de construcción colectiva)
- Los colaboradores pueden ser integrantes de otros grupos autogestivos o de medios sociales
- Los colaboradores pueden ser académicos con dedicación exclusiva o que quieren difundir sus trabajos más allá de las revistas científicas. Además, pueden ser docentes de otros niveles no universitarios
- Hay algunos más asiduos y otros menos
- Pueden ser cronistas invitados locales (de la misma provincia o localidad) o nacionales
- Pueden llegar a ser colaboradores quienes asisten a talleres o que escriben a un mail del medio enviando textos
- Su participación permite otras miradas (ideológicas) en torno a los temas y atraen a un tipo de lectores que coinciden con dichos posicionamientos
- Pueden cobrar por sus colaboraciones (casos de *Anfibia*, *Ajo*, *Telaraña digital*) o no (resto de los casos).

- Pueden ser periodistas premiados que ya se desempeñan como freelancers
- Quieren participar del proyecto porque les parece original o porque comparten convicciones ideológicas en relación con la línea editorial

Concepto redacción (subcategoría física/virtual)

Refiere a la redacción que puede o no estar ubicada en un lugar físico que presenta diferencias con la de medios generalistas (las que son mucho más estructuradas e incluso integradas), y que puede funcionar en casas, cafés, otros lugares destinados a otras actividades o domicilio determinado. También pueden ser espacios compartidos con otras publicaciones.

Propiedades

- Algunas publicaciones (*Anfibia* –de manera compartida con *Cosecha Roja*-, *Ajo*, *Tucumán Zeta*) poseen una redacción física ya que “quieren recuperar el espíritu de redacción” aunque suelen ser mucho más pequeñas que las grandes redacciones ahora integradas de los medios generalistas.
- La finalidad de la redacción física es tener “un lugar donde reunirse y discutir” y/o contar con un espacio para el intercambio o de encuentro con otros grupos de interés (muestras de arte, intercambio de talleres, etcétera)
- A la vez, la mayoría de los colaboradores escribe por su cuenta en modalidad freelancer y se comunica vía WhatsApp, correo electrónico, o teléfono con los editores.

Soporte digital

Hace referencia a los productos comunicacionales en la web. Se trata de una categoría amplia, que permite establecer las relaciones entre los procesos, los productos digitales y su publicación, considerando distintos indicadores como la capacidad de un medio de adaptarse o de ofrecer productos y contenidos para la web a usuarios que presentan otras condiciones de recepción. También pensar el soporte implica incluir aspectos de la distribución de tales productos en plataformas tales como las redes sociales.

Propiedades

- El soporte digital ha colaborado con el periodismo tradicional o de papel a nivel regional y mundial en el sentido que permitió consolidar proyectos varios
- Simplifica las problemáticas de la distribución, de administración, de logística y publicidad que, en el caso del papel, demandaron mayor trabajo de elaboración, imprenta y otros recursos.

- El paso del papel al soporte digital exige formular contenidos y diseño y repensar otros aspectos como la extensión de los textos
- Abre las fronteras de lectores más allá de la localidad. Pone en diálogo a las revistas que se producen desde distintas geografías
- Contribuye a la conformación de comunidades que (en teoría) se exponen selectivamente a los productos del periodismo literario o narrativo
- Puede leerse en dispositivos móviles en distintos momentos de la vida cotidiana de los lectores y esas lecturas sirven tanto para informarse como para ponerse en diálogos con otros usuarios e incluso discutir sobre los contenidos
- Facilita vías para hacer periodismo con un fin social, más diverso y reflexivo interesado en ese fin social y no necesariamente en lo económico
- Los roles del soporte digital requieren de una mayor colaboración interna múltiple, de lectura de seguimiento editorial y edición conjunta
- No resuelve del todo la problemática del material de archivo.

Soporte de papel

El papel no plantea un antagonismo - entre el soporte digital y el soporte de papel-, sino complementariedad, siendo en estos casos un gesto de vuelta a lo tradicional mediante la construcción del objeto “libro”. Las revistas (*Ajo*, *Anfibia*, *Tucumán Zeta*, y *Escritura Crónica*) que nacieron digitales han hecho anuarios o compilados de crónicas de papel –teniendo distintas motivaciones-.

Propiedades

- Complementario al soporte digital (puede no ofrecer los mismos contenidos, pero de igual forma sigue existiendo complementariedad)
- Puede constituirse como declaración de principios, para explotar varios soportes
- Demanda un compromiso para publicar un anuario (*Anfibia*) aunque es costoso para la publicación periódica
- Brinda posibilidad para solucionar cuestiones de archivo, lo que podría ser necesario para dar cuenta de la práctica en un momento histórico determinado
- Una modalidad más para reunir dinero, pero de ninguna manera la única
- El formato de papel no amplía lectores (Marangoni, *Ajo*)
- Implica que los editores se encarguen del diseño, armen un circuito de distribución alternativo o

negocien con distribuidores. Esto implica mucho más tiempo para la llegada al lector

Motivos de final de la publicación

Se trata de la explicación en torno a la suspensión de las actualizaciones o eliminación del material que estuvo *en línea*. Es interesante notar cómo para el formato digital el final de una publicación no genera los mismos sentidos o interpretaciones en relación con el cierre de un diario, radio o canal de Tv. En estos casos se habla de los proyectos con la posibilidad de darles continuidad y se retoma la necesidad de conservar en algún sitio los trabajos de investigación o narrativos realizados. Además, resultó llamativo que no hubiese alusiones al vínculo con el lector en este caso.

Propiedades

- Por estar ligada directamente a proyectos académicos y gestiones políticas (*Deodoro*)
- Se decidió dejar de publicar en coincidencia indirecta con el cambio de Gobierno nacional, sus editores decidieron seguir con otros proyectos (*Big Sur* y *Telaraña*)
- Suspensión de la publicación sin descartar su reactivación (*Telaraña Digital*)
- Poca o nula adaptación del medio al formato responsivo (*Deodoro*)
- Dificultades para el sostenimiento publicitario del sector privado o público
- Fracaso de las convocatorias para suscriptores o asociados

Concepto diseño

Definición

Modos de administración y presentación de los contenidos de acuerdo a una estructura planificada: secciones, galerías, links, notas con o sin foto, cuyas dimensiones pueden medirse según cantidad de scroles por página.

- Debe ser reconsiderado en virtud de los recursos y posibilidades de periodicidad para la publicación de contenido
- Debe ser minimalista, de fácil lectura, con fondos blancos, sin publicidades que molesten al lector
- Muchas veces resulta en un despliegue atractivo de notas principales, un empleo más asiduo de fotos con o sin slide y galerías y ocasionalmente video
- Puede no ser un elemento a considerar minuciosamente al inicio de los proyectos (*Deodoro*)
- Debe incluir un “quienes somos” como presentación institucional de la publicación

Extensión de los textos publicados

La categoría extensión hace referencia a la cantidad de palabras y/o su equivalente en caracteres con espacios y páginas del programa Word (Office) que se permiten publicar por texto en el marco de una sección, y a su vez dentro de una revista especializada digital. Una de las relaciones conceptuales emergentes está dada por los vínculos con criterios editoriales, género, el estilo, la fotografía, la lectura digital y finalmente con el lector. También la extensión puede mencionarse en un manual de estilo en términos del promedio de líneas que deben tener las notas en virtud de criterios editoriales. En la práctica, la extensión se “aprende” es decir, se conoce y se negocia, aunque en el ámbito digital es una categoría que reúne otras significaciones, ya que no ocurre como en el texto impreso, donde el espacio del contenido informativo debe equilibrarse con el de publicidad. En el entorno digital, la extensión tiene más que ver con el tiempo de lectura que se supone asigna un lector a cada pieza periodística y a los modos de recepción que puedan anticiparse.

Medición de la extensión

Corresponde a la muestra parcial: *Ajo*, *Anfibia*, *Tucumán Zeta*, *Islandia*, *Último Round*. Los textos del PLD son por definición “largos” y su rango inferior alcanza hasta las 4 mil palabras. No obstante, entre sí las revistas presentan extensiones promedio según el estilo y criterios editoriales.

Nombre artículo-publicación	Palabras	Caracteres	Fecha publicación
REVISTA AJO			
¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó?	3000	17000	11/08/14
Bienvenidos al Paseo Aldrey	4300	27000	25/10/ 15
El juego del papa	2775	16812	11/09/16
Flores para calmar el dolor	2227	13000	4/04/17
Galleros	4079	23031	17/11/ 14
Quién suena reggae	4447	25122	29/11/ 16
Relatos de un Chalchalero	3300	19000	27/12/ 2015
Sé lo que hicieron en el diario <i>El Atlántico</i>	5600	33340	15/09/ 2014
Los fachos	4900	27800	15/06/ 2015
Mundo porno	3500	21 110	19/11/2014
El periodismo convencional es una burocracia gigantesca	3100	18400	9/08/ 14
<i>AJOxAJO</i>	252	1647	22/10/ 16

Promedio	3456,7	18688,5	
REVISTA ANFIBIA			
Cuando Walsh solo escribía	2700	16000	22/10/2016
De las respuestas evasivas al discurso del poder	3800	23 000	agos 2016
El medio ya no es medio ni mensaje	3200	18900	jul 16
El rompecabezas Nisman	7267	42614	feb 15
Fuiste un lujo	1860	10585	dic 15
Las ganas de compartir una idea	3800	24.500	2012
Forzudas: la belleza del cuerpo femenino	2500	15600	jul 05
La china invisible	4909	27476	may 12
Según Borges, una excelente persona	845	5001	jul 13
Soy Cuartetero y qué	5900	32900	feb 14
El estilo en la mirada	5700	32200	ene 14
Qué es el periodismo literario	8528	48861	ene 16
The Villa Cañas Affaire	8290	43898	ago. 16
La vida después de Guantánamo	367	2200	jun 16
La vida después de Jihad	2450	14400	Junio 16
Promedio	4141	23875	
TUCUMÁN ZETA			
El gordo Moneda tiene nombre	3881	20400	Febrero 2013
Derrote el terror	1400	8600	Abril 2014
En una calle oscura, ellas ríen	5500	30900	Febrero 2013
La nueva crónica de acá	556	3357	Agosto 2016
Macumba, sabor y cumbia	5236	29300	Agosto 2016
Ger Riarte te desnuda	5900	33200	Enero 2014
No contaron la muerte de Aldo	1089	5900	Febrero 2014
Resurgir del horror	2900	16800	Diciembre 2013
Ricardo Farías, padre de la noche	5400	30200	Enero 2013
La redacción de <i>Tucumán Zeta</i> se volvió aula	1492	8800	Noviembre 2016
Escritura y edición: el ritmo del detalle	1500	9400	
La magia está en la manera de contar	1900	12200	

Atilio, el todólogo Mariana	3067	16000	
Promedio	3063	13012	
ISLANDIA			
Como arrebatarse algo a las profundidades	2248	13028	2016/11/02/
Compañeros son los huevos: la cuestión de género en el Movimiento Sindical	2011	12232	7/12/2016
Un mexicano en Ushuaia Izhar Gómez	1070	6299	2017/08/29/
La adrenalina en Córdoba	687	4011	23/12/ 2016
Buenos muchachos	3299	20033	7 12 2016
Nace una estrella	1898	12104	2016/11/21/
Entrevista a Esteban Falcón	3340	20500	2016/11/17/
Unos pocos peligros sensatos	1627	9729	16/3/2017
Volver Tensiones del kirchnerismo	2119	13390	23 12 2016
Ficciones	2524	15019	2016/12/07/
Atilio López: Fidelidad obrera y albiazul	1432	6525	21/09/ 2016
El cerebro de Frankenstein. Neurociencia y política	2011	11060	12/10/ 2016
Los ojos se retiran	197	1096	21/10/ 2016
Promedio	1769	10484	
ÚLTIMO ROUND			
Entrevista Casciari: Un Bonsai para entender el mundo	3873	21821	1/2/14
¿Coger no es amor?	4263	24727	21/04/ 2015
Del papel a la red	706	4427	8/06/ 2015
Altamira responde Asaltos	2449	14811	9/06/2014
Macri es la nada, loco	4421	24885	8/11/ 2015
Pascual Serrano: la prensa no ha muerto	3300	19000	7/6/ 2015
Escuchar a Pedro Lemebel	321	1800	19/01 2016
Esto termina mal Eduardo Aliverti	2708	16004	24/11/16
El aborto en Argentina	3748	23024	14/08/14
Todo amor es político	3602	22956	26/04/15

Gabo y la masacre de las bananeras	688	4082	1/12/13
Sergio Ciancaglini: “Hoy la libertad de expresión no es la de los medios sino la nuestra”	3054	17500	8/10/14
Promedio	2761	16253	
Promedio total	3.038	12724	

Lector

Es una categoría multidimensional. Una de esas dimensiones está dada por lo que se enuncia (se dice que muchas veces está dado por lo que se observa en las métricas y otras ideas generales de los editores tales como el aprovechamiento de una posibilidad de ordenamiento de ideas). Otra dimensión está dada por rasgos emergentes en los textos, donde el lector se asocia a recursos y estrategias de escritura (uso de fuentes y otras) que corresponden tanto a editores como a colaboradores. Una tercera dimensión tiene que ver con cómo aparecen marcas que hacen alusión al lector en el diseño (comentarios).

El lector se relaciona entonces con estrategias, con el temario, el género, y se trata de un sujeto activo que busca un contenido especializado que se diferencia de otros por el tratamiento y el tema. Es un lector que tiene unos factores comunes con las revistas como el componente ideológico o la posibilidad de identificación. Por medio de los comentarios puede apelar además a cierta emoción transmitida desde los textos y ser crítico.

El lector que emerge de las entrevistas

Propiedades

- Es un lector crítico y desconfiado de los medios generalistas y sus modalidades para contar historias
- Los productores también se reconocen como lectores. Las revistas están hechas a su gusto y medida, cubriendo temas y contenidos que podrían y pueden atraer su lectura
- El lector tiene como necesidad medios de segunda lectura en relación con el contexto
- Es un lector para el que se crea cierto contenido que se presenta como único y original
- El lector exige un acuerdo o código compartido desde el género
- Desconfía del periodismo por la crisis que atraviesa y posee otras competencias para obtener información que prefiere

- Es un lector interesado en un temario diverso, en cuestiones de Derechos Humanos y feminismo, como también vida cotidiana. Más cercano a agendas en redes sociales
- Es un lector al que le interesan temas geográficamente cercanos y que está en sintonía con la crónica como modo político de narrar las realidades locales y regionales.
- También es un lector al que le interesan las repercusiones locales o regionales de temas nacionales
- Es un lector que agradece la cobertura de temas que no son publicados o que son publicados con menos periodicidad o sin mayor información en medios generalistas
- Es un lector que quiere colaborar en la construcción de la noticia (como fuente) y que hace aportes
- Es un lector que puede ser afín ideológicamente con la línea editorial pero que exige complejidades, en vez de propaganda política. La crónica “ordena la cabeza del lector”
- Es un lector que quiere que sus ideas se vean reflejadas en el medio que lee, por lo que el periodismo debería presentar lo que se cuenta desde veredas opuestas.
- Es un lector que si da me gusta, lee lo que la revista de análisis de información propone como principio ordenador para discutir, debatir y provocar.
- Dicha “figura” puede estar cuantificada o no por los editores, aunque siempre conservará un grado de incertidumbre en cuanto a posibles acciones o reacciones a un producto.
- El vínculo con el lector es otro si las temáticas son locales (ocurría tanto con formatos de papel como con redes sociales, siendo indicadores la cantidad de notas compartidas y comentarios)
- Tiene presencia en redes sociales, pero no es adolescente, sino joven-adulto interesado por temáticas sociales diversas
- Son personas “con formación”, que se identifican con historias testimoniales. En algunos casos (como el de *Anfibia*) los lectores son estudiantes universitarios
- Es un lector que no espera “el análisis” editorial del tema, sino los datos coyunturales en el marco de historias
- El lector “virtual” es exigente: pide un cambio de lógica a la de los medios generalistas y complejidad narrativa
- Puede tener poco tiempo para leer, puede tener pocos recursos interpretativos o carecer de gimnasia de lectura
- Es un lector que al leer pone en juego su capacidad de asombro y todo un espectro emotivo para interpretar o entender un fenómeno
- Es un lector que puede o no tener formación universitaria, puede o no contar con gimnasia de lectura, por lo que prefiere lenguajes simples y no encriptados
- Es alguien que lee en dispositivos móviles. La lectura hasta el final del texto depende de que presente claves de interpretación (diálogos con el lector) y que interpele emocionalmente. En ese sentido, el teléfono móvil favoreció la experiencia

- Es un lector que lee en pantalla y no le gusta que lo molesten con avisos, sino que busca “reposo” visual. Además, permanece más tiempo leyendo desde que crecieron en tamaño las pantallas de celulares. Un porcentaje menor lee en tablet.
- El lector muchas veces no termina de leer las notas largas, por lo que desde la producción se preguntan cuáles temas y notas lo atrapan y lo hacen llegar al final
- Es alguien que conversa sobre lo que lee con su comunidad de referencia
- El lector constituye también una comunidad de interpretación en el sentido de circuitos definidos de lectores que comparten entre sí distintas pasiones por diferentes actividades que realizan en colectivo, por lo que pensar en esas actividades (clubes de pesca, de automóviles, toma de estudiantes, etc.) es una estrategia para constituir el núcleo duro de seguidores de la publicación
- El lector quiere hacer comentarios y comparte, aunque la publicación no habilite en su web la posibilidad de comentar. Las reacciones (me gusta, comentarios, notas compartidas) del lector son independientes de lo que propone la publicación, aunque hay un interés mutuo
- Es un lector al que le gusta hacer devoluciones de lo que lee y formula críticas buenas y malas
- Es un lector que lee textos de periodismo interpretativo en otros horarios distintos a los que lee noticias. Es un lector/a informado, por radio, notas digitales de medios generalistas y que va al medio de segunda lectura para ampliar lo que ya sabe
- Es un lector que muchas veces se conecta desde el trabajo
- Es un lector al que le gusta compartir y charlar de lo que lee con otros. Es un lector desprejuiciado que comparte los textos en su ámbito de influencia: una docente en la escuela; un trabajador en la oficina, etc.
- Algunos lectores están fidelizados (ingresan a la publicación directamente, por link) mientras que el resto llega a las páginas de revistas digitales a través de redes sociales
- Es un lector que lee en promedio cuatro minutos seguidos contra veinte segundos de medios generalistas
- Es un lector que quiere textos atractivos de principios a fin con personajes en acción y una historia que fluya
- Es un lector que quiere textos de análisis, por lo que la pirámide invertida no le sirve (ya que sirve para contar hechos noticiosos), y en cambio prefiere leer un texto que, aunque sea largo, le brinde claves de interpretación.

El lector que surge de los textos

- En los textos, se hace referencia al lector cuando se explican las dificultades para obtener información o se da cuenta de que las fuentes de una investigación son *en off*. (Informe Rumencó, revista *Ajo*; El rompecabezas Nisman en *Anfibia*).

- En los textos, se hace referencia al lector cuando se proponen preguntas retóricas para guiar la narración, darle atractivo o marcar obviedad. (Mundo porno, revista *Ajo*)
- Se hace referencia en los textos cuando se pasa de la primera persona al plural, cuando se propone el sentido del párrafo a continuación o se hace un racconto. Ejemplo: “Empecemos con una provocación” o “Repasemos:”, (en Bienvenidos al paseo Aldrey, revista *Ajo*).
- Se hace referencia al lector cuando se sugiere el sentido de expresiones coloquiales o populares o se proponen juegos interpretativos de situaciones que se narran a continuación o con anterioridad (El juego del Papa, Revista *Ajo*)
- Se hace referencia al lector cuando el cronista utiliza como recurso la empatía, al contar en primera persona su sorpresa ante una experiencia determinada.
- Se hace referencia al lector cuando se utiliza como herramienta narrativa la creación de escenas o se usa un monólogo interno
- En los textos, la figura del lector aparece cuando el o la cronista cuenta su experiencia personal en relación con un personaje incluyendo las reacciones del lector en redes sociales como parte de la trama (De las respuestas evasivas, *Anfibia*)
- Cuando se interpela al lector asumiendo que puede no compartir experiencias culturales, por lo que se hace necesaria la descripción de ambientes y de un territorio y sus dinámicas sociales (Cuartetero, revista *Anfibia*).
- En un género poco común como el epistolario (Fuiste un lujo, *Anfibia*) hay dos tipos de lectores posibles: la destinataria de la carta y los lectores que siguen el relato, quienes en definitiva son los que otorgan sentido al texto
- En los textos, el lector puede ser alguien con quien se establece un diálogo, a quien se le hacen preguntas cuyas respuestas son las líneas argumentales de la crónica o del informe (¿Qué es el periodismo literario?, *Anfibia*; Resurgir del horror, *Tucumán Zeta* ¿Coger no es amor?, Revista *Último Round*).
- El lector “no quiere interferir en la escena, sino ver” por lo que es un elemento más de la crónica como un personaje y en torno a un contexto (Escritura y edición: el ritmo del detalle, *Tucumán Zeta*)
- Es un lector que espera creatividad y exploraciones en el texto: el cronista puede atraerlo o complacerlo con una sutil mezcla de poesía y periodismo. (Cómo arrebatarse algo a las profundidades, *Islandia*)
- Es un lector capaz de valorar un proyecto comunicacional por sobre los aspectos técnicos (Del papel a la red, *Último Round*)
- El lector es un seguidor de determinados personajes de la esfera pública por distintos motivos. En ese sentido, en los textos se presenta a estos personajes desde costados no conocidos

- Es un lector capaz de apoyar proyectos autogestivos a pesar de las múltiples ofertas periodísticas que tiene a disposición (La prensa no ha muerto: entrevista a Pascual Serrado, *Último Round*)
- Es un lector al que le pueden interesar otros formatos multimedia: audios de poetas, documentales, etc. (Escuchar a Pedro Lemebel, Revista *Último Round*, y Documentales *Anfibia*)

En torno a la lectura digital

Se refiere a la acción de leer mediante distintos dispositivos en soportes digitales.

- Se espera que cada publicación presente un diseño que posibilite la lectura sin interrupciones y que sea responsivo
- El hipertexto remite a fuentes documentales, medios generalistas o al canal YouTube
- La fotografía y los segmentos, junto con la creación de escenas, colaboran con la lectura digital dado que en las páginas se pierde la noción de la extensión y se avanza secuencialmente.

Categoría redes sociales

- Se pone atención a los compartidos y cantidad de seguidores en redes sociales como indicador del crecimiento de la audiencia. A la vez se trata de opiniones y conductas que se escapan “del control” del medio. Se trata de información que no se puede controlar o que genera cierta paradoja. Por ende, las redes sociales se prestan para muchos usos: insultos, felicitaciones, gestiones para que algunas personalidades brinden entrevistas, etcétera. Tales significaciones generan que algunas publicaciones no permitan comentarios.
- Son espacios que funcionan como “ventanas” de entrada de nuevos lectores a los medios especializados por los temas y modalidades con las que esos mismos se comparten en redes. Es así como la noticia como producto tiene un propósito: generar intriga, muchos compartidos y visitas a la web.
- Algunas revistas apuestan a la gestión de contenidos y publicidad en redes sociales dado que constituyen su circuito de distribución.
- Algunos editores se encargan de la gestión de redes sociales y aprenden paso a paso posibles estrategias.

Comentarios (Interactividad)

Los comentarios pueden estar habilitados o no en las revistas. *Ajo*, por ejemplo, no los habilita en su página, dado que es un criterio "que nació con la revista". En cambio, gestiona sus contenidos en redes sociales y comparte desde un perfil en Facebook y en YouTube. Los

comentarios son un indicio de interactividad y su gestión da cuenta del tipo de política vincular que la publicación extiende para captar lectores.

Propiedades

- Se señala que otros medios habilitan los comentarios a quienes responden un test sobre la nota y al menos la leen antes de opinar sobre su contenido (Marangoni, en relación a por qué la revista *Ajo* no acepta comentarios)
- Las publicaciones los habilitan o deshabilitan en general en sus páginas y no de acuerdo al tipo de tema (como ocurre en medios generalistas)
- Pueden hacerse en la misma revista (mayor control) o en redes sociales de igual manera (control ínfimo)

Dispositivos

Modalidades tecnológicas de lectura, aparatos que presentan distintos usos y apropiaciones. Dimensiones: Pc, laptop, celular o tablet.

Propiedades

- Se refiere a los teléfonos celulares y no a las tablets, que pareciera que no están siendo usadas para la lectura, sino que están más asociadas al público infantil
- El celular es el dispositivo de mayor uso para lectura de revistas de periodismo literario o narrativo

Tal como puede notarse, las categorías, conceptos, propiedades y dimensiones no se aplican en todos los casos, ya que se trata de un momento de conformación conceptual. Si bien la muestra estuvo incompleta, la elaboración de estos primeros resultados nos resultó sumamente útil para esbozar ideas y posibles interrelaciones y pasar a las siguientes instancias de codificación.

CAPÍTULO 5. Saturación de la muestra

La saturación de la muestra implica la integración uno a uno de documentos -de las revistas restantes (*Escritura Crónica*, *Big sur*, *Deodoro* y *Telaraña Digital*) hasta el momento de dejar de encontrar nuevos conceptos. En el proceso, fue necesaria una depuración y revisar algunos documentos primarios para su posible inclusión, como por ejemplo los que integraron la sección “Cuentos y crónicas” de la revista *Deodoro*, de la cual se tomó la totalidad de la sección para comprender la lógica de la publicación. De esta manera, fueron emergiendo códigos nuevos -en

virtud de las características de las revistas añadidas-, y a la vez se procuró que hubiese un promedio mínimo de documentos primarios analizados por publicación (15).

El criterio para dejar de sumar textos no superó sustantivamente esa cifra dado que las categorías comenzaron a saturarse luego de incluir a las últimas publicaciones. Finalmente, se extrajo un texto del período al azar para hacer una prueba ante las categorías construidas.

El cuadro a continuación da cuenta de los códigos que fueron apareciendo con el crecimiento de la muestra hasta su saturación.

CÓDIGOS INICIALES	CÓDIGOS EMERGENTES
1) Lector, 2) Comunidad interpretativa, Tipo de actualidad. Actualidad permanente/Actualidad prolongada/Actualidad reciente/Actualidad sincrónica/Archivo 3) Staff (autores) 4) Género (crónica, perfil, ensayo, entrevista documental) 5) Diseño (home, servicios, editorial, ¿quiénes somos? cantidad de notas en slide, con foto, links a redes sociales, etc.) 6) Fotografía (cantidad de scroles) 7) Hipertexto 8) Extensión (secciones) 9) Financiamiento 10) Soporte digital 11) Soporte de papel 12) Multimedia 13) Periodismo experiencial 14) Periodismo literario digital 15) Temario 16)	<p>REVISTAS Historia-principio y final de la publicación/Contexto (tensiones) Redacción (física/virtual freelance) /Marca (nombre)/ Staff-roles. Colaboradores. Soportes. Misión y visión. LECTOR Exposición selectiva/Redes sociales, lectura digital, extensión, dispositivos/ Comentarios. COMUNIDAD INTERPRETATIVA Talleres-formación</p> <p>GÉNEROS Género “artículo” /Género “informe” / género “editorial” /género ilustración/género relatoría/género reseña/ensayo, crónica, perfil, documental, entrevista</p> <p>Criterios editoriales Manual de estilo/Criterios de tiempo y cobertura/ Criterio de tratamiento/roles editoriales/colaboradores/Contenido local (producción propia)</p> <p>DISEÑO (foto –tamaño-ilustración/infografía/ Logo/segmentos del texto; recursos para destacar frases, secciones). Secciones, ilustración/infografía/ Logo//SUBTÍTULOS/separaciones (numeración de segmentos y separaciones) /frase destacada/ Fotografía (pequeña-estándar-grande-muy grande/ negritas (ensayo)/Galería (punto de vista)</p> <p>FOTOGRAFÍA (cantidad de fotos) foto conceptual/foto de autor/foto de la periodista/foto doble/foto perfil/foto referencial/foto slide</p> <p>FUENTES (tipo de fuentes, introducción de voces de terceros) Fuentes académicas/Fuentes documentales/Fuentes en off/Fuentes especializadas/Fuentes estadísticas/Fuentes judiciales/Fuentes legislativas/Fuentes medios generalistas/Fuentes municipales/fuentes</p>

<p> Texto con fotos 17) Ambientes 18) Escenas 19) Diálogos 20) Personajes 21) Conflicto 22) Objeto (de la narración) 23) Territorios, 24) Fuentes 25) Estilo (marcas del sentido social de la publicación) </p>	<p> oficiales/fuentes sindicales/fuentes testimoniales FINANCIAMIENTO gestión vincular autogestión MEDIOS DE COMUNICACIÓN Alternativos, sociales, autogestivos, especializados, generalistas TIPO DE PERIODISMO <i>periodismo</i> de investigación/experiencial (Gonzo)/interpretativo/Periodismo literario digital/periodismo móvil (responsivo)/periodismo narrativo. No ficción. RECURSOS NARRATIVOS Objeto. Monólogo interno. Descripción narrativa/Diálogo destacado/Diálogo ficcional/Diálogo transcripción/secuencia, tramas, transmedia, uso de refranes, personaje, anticipación, primera línea, conflicto, final del texto, autorreferencialidad; pregunta retórica/primer línea/ punto de vista. Encabezado/Enumeración (ensayo), intertexto/hipertexto. Introducción entrevista/Listado (a modo de ensayo). Cita destacada/Cita directa, indirecta, mixta. TEMARIO tema aborto/tema amor y política/tema arte/tema autocensura/tema bailanta/tema cannabis cultivo responsable/tema cárceles/tema comercio ilegal (La Salada)/tema corporalidades/tema corrupción/tema dictadura/tema discriminación/tema diversidad/tema empresarios de medios/tema feminismo/tema fisicoculturismo femenino/tema fútbol/Tema Gobierno nacional/tema humor político/tema identidad/tema iglesia católica/tema internacionales/tema juventudes/tema kirchnerismo/tema ley de medios/tema marginalidad/tema masculinidades/Tema medios/tema mujeres/tema neurociencia y pobreza/tema oficios/tema periodismo narrativo/Tema política/tema política cultural/Tema política de comunicación/tema política de medios/tema política internacional/tema política universitaria/tema pornografía/tema problemáticas ambientales/tema relaciones Gobiernos iglesia/tema represión policial/tema revistas autogestionadas-medios sociales/tema servicio inteligencia/tema sexualidad, afectividad/tema talleres formativos crónica/tema tecnología/tema trabajo en negro, tema relación medios-política. </p>
---	--

--	--

Cuadro de elaboración propia con el detalle de los códigos resultantes de la codificación abierta.

Al final de la codificación abierta los códigos eran 280, lo que representó una cantidad alta. En virtud de esto se decidió “depurarlos”, es decir, trabajar sobre ellos y reconsiderar su capacidad descriptiva como también su importancia en virtud de la pregunta de investigación de este estudio. Así se recodificaron y se analizó la pertinencia de varios códigos hasta quedar en 170, que se organizaron con base en una estructura como lo es la matriz de datos cualitativos.

Captura de vista nube de la Unidad Hermenéutica Atlas.ti -durante el proceso de recodificación- donde se grafica cantidad de códigos con densidad según cantidad de apariciones en los textos trabajados. En la columna de la izquierda aparecen las categorías o “familias” de códigos (categorías).

Captura de vista nube de la categoría “Temario” desagregada en subcategorías o dimensiones durante el proceso de recodificación.

Listado de todos los códigos

CAT CONTEXTO (tensiones)

Tensiones en el sistema de medios

Otras causas

CAT Mención a medios de comunicación

Medios alternativos, sociales, autogestivos

Medios generalistas

CAT Tipos de periodismo a los que se hace mención PLD (Periodismo literario digital) Periodismo de investigación/Periodismo experiencial/Periodismo interpretativo/Periodismo narrativo/Periodismo etnográfico

CAT Soporte

De papel

Digital

CAT Nombre revista/marca

Revista *Ajo*/Revista *Anfibia* /Revista *Big Sur*/Revista *Deodoro*/Revista *Islandia*/Revista *Escritura Crónica*/Revista *Tucumán Zeta*/Revista *Telaraña Digital*/Revista *Último Round*. Motivos de creación de la publicación/ fin publicación/estilo/marca

CAT Criterios editoriales y de cobertura

Manual de estilo/criterios editoriales generales/Criterio de tratamiento/Criterio tiempo de cobertura/Colaboradores/autores/ Staff/ Redacción física/Redacción freelance /Gestión comunicacional/edición colectiva

Estilo Revista (textos representativos-muestreo) /Contenido local/Frecuencia de publicación

CAT Tipo de actualidad

Actualidad (archivo)/Actualidad permanente/Actualidad prolongada/Actualidad reciente

CAT Géneros

Crónica/Entrevista/Perfil/Informe/Ensayo/Editorial/Documental/Noticia-artículo/Relatoria/Ficción//Noficción /Reseña literaria/microrrelato

CAT Códigos relacionados a estrategias de escritura

Título/Fecha y hora/Bajada/Encabezado/Introducción entrevista/Primera línea/Punto de vista/Referencia temporal/Citas –referencia a cómo se usan- (cita directa, cita indirecta, cita mixta)/Descripción (descripción del personaje, descripción de una o más acciones, descripción de ambientes) /Desenlace/Diálogos (diálogo destacado, diálogo ficcional, diálogo indirecto, diálogo mixto, diálogo transcripción)/Creación de escenas/Autorreferencialidad/Objeto/Introducción de personajes/Conflicto/Singularidad (del personaje o del caso)/Tramas/Territorios/Enumeración o listado/Intertextualidad/Monólogo interno/Narrador omnisciente/Uso de negritas/Nota de la redacción (NdR)/Pregunta retórica/Relato del personaje/Uso de refranes/Desenlace/ Segmentos/ Extensión/publicación por partes

SUBCAT Secuencias o segmentos de los textos

1-3segmentos/4-6segmentos/7-9segmentos/10-12segmentos/13-15segmentos/16-18segmentos/19-21

SUBCAT Fuentes empleadas para la escritura

Fuentes cívicas (organizaciones sociales, etc.) /Especializadas (académicas-judiciales-no académicas ni judiciales) /Fuentes documentales (Documentos de archivo, leyes, otros) Fuentes estadísticas/Fuentes oficiales (gubernamentales, policiales, sindicales) /Fuentes medios-webs generalistas/testimoniales (con nombre/en off)

CAT Diseño

Texto con fotos/Texto con ilustraciones/Texto con infografía/ /Secciones/ Formato responsivo/Logo/Emojis/Frase destacada

SUBCAT Fotografía CAT Diseño-Texto con fotos

Cantidad de fotos que acompañan al texto

foto1a3/foto4a6/foto7a9/foto10a12/foto13a15/foto16a18/foto19a21/foto22a23/foto+24 (galería)

Tamaño de fotos. (chico)/ (mediano)/ (grande)/ (pantalla completa)

SUBCAT Recursos Internet presentes en los textos y revistas

Hipertexto/multimedia/redes sociales

CAT Financiamiento

Autogestión/Publicidad/Becas-subsidios/Talleres/Venta de versiones de papel/Suscripción

CAT Lector

Lector enunciado por los editores/lector en los textos/lector en comunidades interpretativas/Comunidad interpretativa/Exposición selectiva/ lectura digital/comentarios

SUBCAT Temario CAT Estrategias de escritura

Tema Feminismos, masculinidades, violencia de género, aborto y sexualidad

Tema Animalidad

Tema Arte y política cultural (arte popular, literatura, rock)

Tema Periodismo y medios de comunicación

Tema Cannabis y medicina alternativa

Tema Policía, cárceles, marginalidad, violencia institucional

Tema Política estudiantil y universitaria

Tema Corporalidades (sexualidad, porno, fisicoculturismo femenino, fertilidad, trata, prostitución)

Tema Poder político, empresarial, sindical, eclesiástico

Tema Derechos Humanos, identidad, colectivo LGBTI

Tema Historia argentina y dictadura

Tema Empleo y pobreza

Tema Retratos de personajes locales

Tema Minería, petróleo, recursos naturales, propiedad de la tierra y problemas medioambientales

Tema Tecnologías Digitales

Tema Vida cotidiana

Extensión de los textos

Antes de seguir avanzando quisiéramos establecer la integración del concepto extensión, que aquí consideramos tanto un recurso de escritura como rasgo editorial en relación con el lector y con el concepto de lectura digital. Se detalla la medición de la cantidad de caracteres con espacios de todos los textos analizados según revista y el promedio de extensión por publicación.

Nombre artículo-publicación	Palabras	Caracteres con espacios	Fecha publicación
REVISTA AJO			
¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó?	3000	17000	11/08/14
Bienvenidos al Paseo Aldrey	4300	27000	25/10/ 15
El juego del papa	2775	16812	11/09/16
Flores para calmar el dolor	2227	13000	04/04/17
Galleros	4079	23031	17/11/ 14
Quién suena reggae	4447	25122	29/11/2016
Relatos de un Chalchalero	3300	19000	27/12/2015
Sé lo que hicieron en el diario <i>El Atlántico</i>	5600	33340	15/09/2014
Los fachos	4900	27800	15/06/2015
Mundo porno	3500	21 110	19/11/2014
El periodismo convencional es una burocracia gigantesca	3100	18400	9/08/ 2014
<i>AJOxAJO</i>	252	1647	22/10/ 2016
Promedio	3457	18689	
REVISTA ANFIBIA			
Cuando Walsh solo escribía	2700	16000	22/10/2016
De las respuestas evasivas al discurso del poder	3800	23 000	Agosto de 2016

El medio ya no es medio ni mensaje	3200	18900	jul 16
El rompecabezas Nisman	7267	42614	feb 15
Fuiste un lujo	1860	10585	dic 15
Las ganas de compartir una idea	3800	24.500	2012
Forzudas: la belleza del cuerpo femenino	2500	15600	jul 05
La china invisible	4909	27476	may 12
Según Borges, una excelente persona	845	5001	jul 13
Soy Cuartetero y qué	5900	32900	feb 14
El estilo en la mirada	5700	32200	ene 14
Qué es el periodismo literario	8528	48861	ene 16
The Villa Cañas Affaire	8290	43898	ago. 16
La vida después de Guantánamo	367	2200	jun 16
La vida después de Jihad	2450	14400	Junio 16
Promedio	4141	23875	
<i>TUCUMÁN ZETA</i>			
El gordo Moneda tiene nombre	3881	20400	Febrero 2013
Derrote el terror	1400	8600	Abril 2014
En una calle oscura, ellas ríen	5500	30900	Febrero 2013
La nueva crónica de acá	556	3357	Agosto 2016
Macumba, sabor y cumbia	5236	29300	Agosto 2016
Ger Riarte te desnuda	5900	33200	Enero 2014
No contaron la muerte de Aldo	1089	5900	Febrero 2014
Resurgir del horror	2900	16800	Diciembre 2013
Ricardo Farías, padre de la noche	5400	30200	Enero 2013
La redacción de <i>Tucumán Zeta</i> se volvió aula	1492	8800	Noviembre 2016
Escritura y edición: el ritmo del detalle	1500	9400	
La magia está en la manera de contar	1900	12200	
Atilio, el todólogo	3067	16000	
La atroz muerte de Ángel Pisarello	3214	16563	Julio 2016

Promedio	3073	13000	
ISLANDIA			
Como arrebatarse algo a las profundidades	2248	13028	2016/11/02/
Compañeros son los huevos La cuestión de género en el Movimiento Sindical	2011	12232	7/12/2016
Nosotras	312	1755	2016/12/07/
Un mexicano en Ushuaia Izhar Gómez	1070	6299	2017/08/29/
La adrenalina en Córdoba	687	4011	23/12/2016
Buenos muchachos	3299	20033	7 12 2016
Nace una estrella	1898	12104	2016/11/21/
Entrevista a Esteban Falcón	3340	20500	2016/11/17/
Unos pocos peligros sensatos	1627	9729	16/3/2017
Volver Tensiones del kirchnerismo	2119	13390	23 12 2016
<u>Ficciones</u>	2524	15019	2016/12/07/
Atilio López: Fidelidad obrera y albiazul	1432	6525	21/09/2016
El cerebro de Frankenstein. Neurociencia y política	2011	11060	12/10/ 2016
Los ojos se retiran	197	1096	21/10/ 2016
Promedio	1769	10484	
ÚLTIMO ROUND			
Entrevista Casciari: Un Bonsai para entender el mundo	3873	21821	1/2/14
¿Coger no es amor?	4263	24727	21/04/ 2015
Del papel a la red	706	4427	8/06/ 2015
Altamira responde Asaltos	2449	14811	9/06/2014
Macri es la nada, loco	4421	24885	8/11/ 2015
Pascual Serrano: la prensa no ha muerto	3300	19000	7/6/ 2015
Escuchar a Pedro Lemebel	321	1800	19/01 2016
Esto termina mal Eduardo Aliverti	2708	16004	24/11/16
El aborto en Argentina	3748	23024	14/08/14
Todo amor es político	3602	22956	26/04/15
Gabo y la masacre de las bananeras	688	4082	1/12/13
Sergio Ciancaglini: “Hoy la libertad de expresión no es la de los medios sino la nuestra”	3054	17500	8/10/14
Último Round Lo que el posporno nos dejó	3969	19336	9/9/15

Rev.	Título	Pal.	Caract.	Ca-	Párrafos	Líneas	Fecha
------	--------	------	---------	-----	----------	--------	-------

Promedio	2852	16490	
----------	------	-------	--

			sin esp.	raccon esp.			
Escritura Crónica	Crónica de madrugada	1846	8308	10126	52	192	2015/2/16/
Escritura Crónica	Culolandia	890	4134	5005	37	107	2012/10/20
Escritura Crónica	El viaje de la sardina	529	2367	2887	9	44	2013/2/3/
Escritura Crónica	Fuego en la piel	1037	4438	5438	29	104	2016/11/28
Escritura Crónica	Perder el juicio	303	1399	1694	15	37	2015/12/6
Escritura Crónica	Taller para celosos	1706	7686	9353	43	164	2013/4/19
Escritura Crónica	Somos Millennials	540	2687	3215	17	60	2016/11/20
Escritura Crónica	Una noche en el prostíbulo	1081	4979	6034	30	111	2016/11/19
Escritura Crónica	Un pueblo de doce personas y una cancha de fútbol	3793	17062	20802	66	316	2014/10/2
Escritura Crónica	El hombre que quiso comprar las Malvinas	1083	5629	6628	85	86	2012/10/12/
Escritura Crónica	El poder del cuerpo	3735	16987	20674	63	329	2012/4/6/
Escritura Crónica	Como mulas	1860	8657	10504	33	159	/2013/4/12/
Escritura Crónica	Hija 'e tigre	1115	5010	6036	90	91	2016/10/18/
Escritura Crónica	Vivir en la tierra de la papa	968	4290	5243	19	86	2016/11/27
Escritura Crónica	Las chicas sí tocan el bandoneón	724	3399	4102	22	75	2016/11/25
Escritura Crónica	Un chino, un triciclo y su espíritu olímpico	546	2597	3124	19	59	2016/8/19
Subtotal revista		1.360	6.227	7.555			

Big Sur	El club del cannabis medicinal	1176	6303	7680	125	130	09-06-2016
Big Sur	El hotel que está solo y espera	1283	6552	8137	116	119	20-03-2016
Big Sur	En el corazón del monstruo	991	4831	5990	89	89	22-07-2016
Big Sur	Malestar en la fábrica	1403	8529	10231	178	182	15-07-2016
Big sur	En la línea de producción	1033	5596	6744	110	114	29-07-2016
Big Sur	Viaje al final de la fábrica	1854	10950	13248	220	226	05-08-2016
Big Sur	La noche más oscura	1088	6276	7616	125	128	14-03-2016
Big Sur	La venganza de las petroleras	997	6047	7244	124	124	30-11--2016
Big Sur	Las farmacias mapuches en el centro del capitalismo	717	3861	4722	69	69	01-03-2017
Big Sur	Stella Manzano, la ginecóloga que te dice dónde y cómo abortar	1881	9551	11821	174	178	23-08-2016
Big Sur	A pedido de Benetton	1491	7503	8875	119	120	04-04-2017
Big Sur	Adiós a los bosques	1093	5401	6408	86	87	26-03-2016
Big Sur	Arsénico en el agua, mineras que no atienden y políticos en pugna	1379	7064	8332	111	114	15-08-2016
Big Sur	El comisario de la polémica	803	3840	4578	65	66	08-11-2016
Big Sur	Cámaras analógicas en tiempos de selfies	424	2178	2568	34	35	26-01-2017
Subtotal Big Sur		1.174	6.299	7.612			
Deodoro	Crónicas de celuloide	822	4061	4872	13	71	2015/11/01
Deodoro	Crónicas de celuloide #2	1047	4966	6124	16	99	2015/11/03
Deodoro	Debate poesía/política. 1)Política mysterium-	3614	17901	21455	57	324	2015/10/19

	2)Hoy también comienza otra batalla 3) Prescindible y necesaria 4)Busco el Gran Escrito Cordobés y Cursi 5)Los miserables crean el futuro 6) Léase como se habla						
Deodoro	La bolsa del súper	1375	6099	7467	11	96	2014/01/20
Deodoro	Esquina con tetas	1149	5296	6408	38	129	2014/01/20
Deodoro	Atómicamente	1364	6080	7436	14	99	2014/01/20
Deodoro	La soledad del tobiano	1856	8203	10049	17	129	2014/01/20
Deodoro	Pascual: el hombre detrás del conde	1769	8032	9774	28	142	2014/06/11
Deodoro	“Ese hombre”(crónica policial)	1237	5946	7197	37	128	2014/08/21
Deodoro	París versus parir	1960	9907	11831	39	185	2015/05/13
Deodoro	Judith Butler en Buenos Aires: el tiempo de la	1290	6506	7764	33	132	2015/10/26
Deodoro	La vuelta el mundo en ochenta animales	1246	6662	7882	35	137	2016/05/17
Subtotal Deodoro		1.561	7.472	9.021			
Telaraña Digital	Bernardi, la leyenda	2702	13443	16094	61	276	Lunes 23 de febrero de 2015
Telaraña Digital	Plantarse en la verdad	1942	9137	11334	122	225	Sábado 20 de junio de 2015
Telaraña Digital	Contra la ley	981	4821	5782	30	110	Miércoles 05 de agosto de 2015
Telaraña Digital	Del arte a la identidad	2166	10462	12587	50	227	Lunes 12 de agosto de

							2013
Telaraña Digital	Discriminación día Trans día	1313	6750	8048	44	151	Martes 09 de diciembre de 2014
Telaraña Digital	El kilómetro infinito	1272	5840	7092	24	132	Martes 19 de abril de 2 016
Telaraña Digital	Hablan los candidatos a presidir el Cefce	201	1126	1316	15	34	Lunes 29 de octubre d e 2012
Telaraña Digital	Intervención feminista frente a Tribunales	919	4874	5841	68	113	Miércoles 13 de abril de 2016
Telaraña Digital	La rebelión de Las Dor as	1602	8084	9662	43	182	Miércoles 24 junio 2015
Telaraña Digital	Los discursos de Don Luna	1421	6789	8195	28	124	Miércoles 29 de agosto de 2012
Telaraña Digital	No vas a poder	826	4007	4819	26	91	Viernes 23 de octubre d e 2015
Telaraña Digital	El miedo es el mensaje	2634	13250	15850	63	279	miércoles 28 de octubre de 2015
Telaraña Digital	La calle, la trata y el cliente	2037	10595	12532	99	183	Jueves 30 de abril de 2015
Telaraña Digital	Limpieza de biblioteca	1379	7143	8496	34	139	Sábado 14 de julio de 2018
Telaraña Digital	Mentira de patas largas	922	4542	5448	22	94	miércoles 11 de

							noviembre de 2015
Telaraña Digital	Portación de rostro	1635	8013	9646	26	141	miércoles 11 de noviembre de 2015
Telaraña Digital	Presidenta	809	4135	4933	15	87	Lunes 09 de noviembre de 2015
Subtotal		1548	7236	8.686			
TOTAL		2325		14.367			

Codificación axial

La codificación axial favoreció a la depuración de códigos, ya que nos obligó a volver a revisarlos y ordenarlos según grado de importancia, teniendo como guía un árbol de categorías. En esta etapa, también probamos la variabilidad de los conceptos (propiedades, dimensiones) y comenzamos a vislumbrar relaciones posibles. “La codificación axial es el acto de relacionar categorías a subcategorías siguiendo las líneas de sus propiedades y dimensiones, y de mirar cómo se entrecruzan y vinculan éstas. Tal como se planteó antes, una categoría representa un fenómeno, o sea un problema, un asunto, un acontecimiento o un suceso que se define como significativo para los entrevistados” (Strauss y Corbin, 1998, P.136)

Una subcategoría, señalan los autores, también es una categoría, como su nombre lo indica, sin embargo -en lugar de representar al fenómeno-, las subcategorías responden a preguntas tales como cuándo, dónde, por qué, quién, cómo y con qué consecuencias, y su función finalmente es la de dar mayor densidad o capacidad explicativa a las categorías. En virtud de este señalamiento, se consideró prudente pensar una jerarquización de categorías a partir de los códigos que agrupan (subcategorías), para resolver el problema de la cantidad de códigos obtenidos y trabajar variabilidad e interconexiones.

En paralelo se efectuaron esquemas o vistas de red para pensar relaciones. No obstante, se consideró necesaria la matriz de datos elaborada manualmente como instrumento organizador principal.

Vista de red de red de relaciones entre categorías, elaborado con el programa Atlas.ti

Árbol de categorías (matriz de datos cualitativa)

A continuación, el detalle de la matriz de datos organizada en virtud de la relación revistas-lector, como categorías medulares. La matriz fue la mejor herramienta para organizar los conceptos y subcategorías de acuerdo a nuestra pregunta de investigación. Si bien se trabajó para llevar a un nivel de abstracción superior a los datos, lo cierto es que —como se verá en el próximo capítulo— elegimos sumar tanto ejemplos de las relaciones “fuertes” entre categorías y códigos como “relaciones débiles”, es decir entre códigos y citas, para conservar algunos de los detalles brindados por los editores de las publicaciones en la descripción de su práctica y de sus productos comunicacionales.

	Categorías	Subcategorías	Dimensiones

	Contexto		-Tensiones en el sistema de medios -crisis del periodismo
	Medios	-Generalistas -Especializados (Sociales, autogestivos)	
	Tipos de periodismo	-Narrativo -De investigación -Experiencial -Interpretativo -Etnográfico	
	Soporte	-Digital -De papel	
PERIODISMO LITERARIO DIGITAL	Revistas	Nombre-marca Estilo	Contenido local <i>Otras propiedades</i>
		Inicio/fin de la publicación	
	Criterios editoriales	Manual de estilo	Criterios de escritura Reporteo
		Tratamiento	
		Staff/colaboradores autores	Edición colaborativa Núcleo fijo editor
		Redacción	Redacción física Redacción on line

		Gestión comunicacional	
	Tipos de actualidad	Permanente Prolongada Reciente Archivo	
	Géneros	Crónica Entrevista Perfil Informe Ensayo Editorial Documental Noticia-artículo Relatoría Ficción No ficción Reseña Microrrelato	
	Estrategias de escritura	Extensión Publicación por partes	Extensión mínima y máxima por revista -Promedio de extensión de los textos por revista

		Segmentos, títulos y/o separaciones	
		Título	
		Fecha y hora	
		Bajada	
		Encabezado	
		Introd. entrevista	
		Primera línea	
		Punto de vista	
		Referencia temporal	
		Citas	Cita directa Cita indirecta Cita Mixta
		Descripción	Del personaje De ambientes De acciones
		Diálogos	Destacado Ficcional Indirecto Mixto Transcripción
		Creación de escenas Autorreferencialidad Objeto Introducción de personajes Conflicto Singularidad (del personaje o del caso) Tramas	

		Territorios Enumeración o listado Intertextualidad Monólogo interno Narrador omnisciente Uso de negritas Nota de la redacción (NdR) Pregunta retórica Relato del personaje Uso de refranes Desenlace	
	Fuentes	Cívicas Especializadas Documentales	Organizaciones sociales Académicas Judiciales No académicas ni judiciales Documentos de archivo Leyes Otro

		Estadísticas	
		Oficiales	Gubernamentales policiales, sindicales
		Medios/webs generalistas	Con nombres
		Testimoniales	<i>En off</i>
	Recursos de Internet	En el texto	Hipertexto
			Multimediales
		En la revista	Hipertexto
			Multimediales
			Redes sociales
	Diseño	Fotografía	Texto con fotos
			Tamaño de fotos
		Ilustración	Tamaño ilustraciones
		Infografía	Tamaño
		Logo	
		Secciones	
		Formato responsivo	
		Uso de <i>Emojis</i>	
		Frase destacada	
	Financiam.	Publicidad	
		Becas-subsidios	
		Talleres	
		Venta de versiones de papel	
		Suscripción	
		Colaboración voluntaria	
	Temario	Temáticas de “sociedad”	-Tema Feminismos, masculinidades, violencia de género, aborto y sexualidad
			-Tema animalidad

			-Tema Arte y política cultural (arte popular, literatura, rock) -Tema Periodismo y medios de comunicación -Tema Cannabis y medicina alternativa -Tema Policía, cárceles, marginalidad, violencia institucional -Tema Política estudiantil y universitaria -Tema Corporalidades (sexualidad, porno, fisicoculturismo femenino, fertilidad, trata, prostitución) -Tema Poder político, empresarial, sindical, eclesiástico -Tema Derechos Humanos, identidad, colectivo LGBTI -Tema Historia argentina y dictadura -Tema Empleo y pobreza -Tema Retratos de personajes locales -Tema Minería, petróleo, recursos naturales, propiedad de la tierra y problemas medioambientales -Tema Tecnologías Digitales -Tema Vida cotidiana
	Lector	Lector enunciado por los editores Lector en los textos <hr/> Lector en comunidades	Lectura digital <hr/> Comentarios

CAPÍTULO 6. Delimitaciones conceptuales

A continuación detallamos las definiciones resultantes de las etapas de codificación en virtud de la relación PLD-lector. En esta instancia de análisis se procuró no recurrir al marco referencial (sólo en puntuales ocasiones) priorizando una lectura de los datos cualitativos emergentes, actividad donde la unidad hermenéutica del programa Atlas.ti facilitó el procedimiento brindando reportes que luego se editaron y reescribieron.

Categorías, definiciones, variabilidad

1. Contextos

La referencia al contexto –las condiciones que rodean al objeto que nos interesa- implica cinco subdimensiones: a) refiere a las circunstancias sociopolíticas y económicas a las que se puede hacer referencia y/o reconstruir a través de testimonios y documentos; b) tendencias y condiciones de la práctica periodística en las cuales se inscribe el fenómeno del periodismo literario digital (en ese sentido, el contexto es el marco profesional y/o de oficio en el que se crea un proyecto específico).

Dentro de la primera dimensión (contextos político, económico y tecnológico determinado) y en relación con la segunda (situación y tendencias generales del periodismo) pueden incluirse muchas de las causas expresadas por los entrevistados (que además se reflejaron en las publicaciones) en torno a la crisis de los medios.

En tercer lugar, c) encontramos la recreación de un contexto histórico –dentro del texto- que resulta efectiva para la narración. Una cuarta subdimensión del contexto tiene que ver con d) las condiciones tecnológicas, de lectura específicas de la web y la creación de contenidos informativos para teléfonos móviles, y e) una situación geográfica determinada en relación con similitudes y diferencias entre las regiones y ciudades que escenifican las historias narradas y los hechos noticiables (contexto geográfico).

Llamamos relaciones fuertes a las articulaciones posibles de las categorías entre sí y de éstas con los conceptos. De este modo el contexto explica la emergencia del periodismo literario digital (PLD), y nos ayuda a caracterizarlo. A la vez encontramos relaciones fuertes con conceptos

como temario (categoría criterios editoriales y de cobertura) dado que la revista propone criterios de noticiabilidad y posee recursos de los que resulta el temario, como también estrategias de financiamiento, etcétera.

Cita ejemplo (subdimensiones a y b). Editorial Del papel a la red (DP 104)- Revista Último Round.

“Desde *Último Round* decidimos pasar del papel a la red. La decisión, previsible en algún punto, se debió a una situación particular y a la vez general. La particular es que ya no teníamos ganas de priorizar la producción de la revista-objeto de papel a la comunicación en sí misma. En cuanto al dinero, no estábamos teniendo pérdidas, pero sacar a la calle el objeto-revista nos exigía un gasto de tiempo y cabeza en trabajos que poco tenían que ver con nosotros. Al final, la cosa resultaba curiosa: teníamos que hacer trabajos que en nuestra vida habíamos dejado de lado deliberadamente (administración, logística, publicidad, distribución, etc.) para hacer –medio cansados– lo que realmente nos gusta hacer, que es comunicarnos. No somos jipis, sabemos que siempre es necesario negociar. Pero uno decide qué, cómo y hasta cuándo. Al final cambiamos la ecuación: pensando que lo ideal es que ambos vayan de la mano, decidimos priorizar la comunicación al objeto”.

Cita ejemplo de la subdimensión b) Revista *Ajo* y el periodismo de investigación- ¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó? (DP1).

Obtener estadísticas sobre las inspecciones laborales realizadas en Rumencó es lo más parecido, sin exagerar, a una odisea. Durante poco más de dos meses, se pidieron datos a la Afip, al Ministerio de Trabajo de Provincia, de Nación, y a la obra social del Personal Doméstico. A pesar de eso, luego de un exhaustivo cuestionario respecto al solicitante (la periodista), el medio de publicación (*Ajo*), el motivo del pedido (un informe sobre trabajo en Rumencó) y la inquietud/cuestionamiento del “entorno elegido para analizar” (inédito), poca información se obtuvo.

Cita ejemplo c) tiene que ver con la recreación de un entorno histórico para los textos que hacen referencia a personajes del pasado. Revista *Ajo*, texto Cuando Walsh solo escribía (DP13).

El intelectual que comienza a cuestionarse el ajedrez, la lectura sosegada, la escritura solitaria y despolitizada, un día remoto, en la mitad del siglo pasado, en una ciudad bonaerense y universitaria, cuando alguien le susurró al oído: “Hay un fusilado que vive”. El trabajo con el lenguaje (ese que eligió luego de limpiar vidrios, lavar copas y comerciar con antigüedades) adopta otra dimensión. Ya no traduce. Tampoco entreteje tramas para que su detective, el corrector implacable, las esclarezca. Los relatos policiales —sin bien describen el vínculo complejo de la sociedad con el crimen— son

apenas destellos superfluos e inofensivos frente a la reverberación atronadora de la denuncia, de la verdad.

Cita ejemplo e) refiere a un contexto geográfico determinado donde se desarrollan los proyectos periodísticos o al lugar en el que ocurren los hechos que se consideran noticiables. Entrevista Agustina Grasso, *Escritura Crónica* (DP117).

Hay mucho prejuicio de la gente que vive en la ciudad de que en el conurbano te afanan en cada esquina, que no podés andar, como pasa con el interior y las provincias. Nosotras destacamos que no somos de la ciudad sino del conurbano, más específicamente de Morón, de Castelar. Nuestra idea futura es poder dar talleres y promocionarlos para que los cronistas vengan a la zona. Por otro lado, queremos hacer un evento con cronistas que vivan por acá, queremos formar alianzas y ver de conseguir redes de financiamiento internacional. Todas esas ideas están, pero por ahora estamos tratando de no quedarnos sin contenido, de seguir fomentando en redes y nos tenemos que meter de lleno a conseguir recursos.

2. Medios de comunicación

Los medios de comunicación son entendidos aquí como organizaciones sociales y tecnológicas que persiguen determinados objetivos. Entre ellos, se prioriza el de informar a la comunidad mediante un proyecto político y económico que se refleja en un temario y en las modalidades de tratamiento de los temas. La categoría, en este trabajo, presenta dos subcategorías: a) "Medios generalistas" y b) "Medios especializados".

a) Hace referencia a los medios de comunicación y/o multimedios (radio, tv, prensa de papel o digital) cuyos temarios son coyunturales y están fuertemente relacionados a una lógica de streaming, actualidad sincrónica o reciente, presentando asimismo una frecuencia de publicación mucho menor a la de las revistas, en relación con su labor asociada a la actualidad.

Por otra parte, su modo de financiamiento se basa, en un alto porcentaje, en la publicidad. Editores y cronistas de revistas analizadas forman o formaron parte de las redacciones de medios de este tipo y los caracterizaron desde su experiencia, haciendo referencia a una precarización del trabajo o a limitaciones en torno a la elección de los temas. Además, hablan de la producción de un material "masivo" que equivale a un tratamiento de fácil lectura. También describen coberturas presentadas como abarcativas de lo real vinculado uno o más hechos de actualidad aunque en

definitiva ofrecen –a entender de los entrevistados- una mirada parcial de los fenómenos noticiables.

A la vez, los medios generalistas aparecen relacionados al vaciamiento de las empresas periodísticas, a la precarización de la labor profesional y a la corrupción empresarial. En las entrevistas publicadas por las revistas se indica que, en los medios generalistas, la extensión y el tratamiento de los textos quedan supeditados a la urgencia de la primicia bajo condicionantes económicos, por lo que se caracterizan también como medios “comerciales”. Asimismo, se los considera empresas en crisis, por no haber podido asimilar lo que implicó el cambio al soporte digital ni las demandas de sus comunidades de lectura en términos de agenciamientos.

Dicha situación crítica se extiende más allá del ámbito digital y tiene que ver con causas transversales que afectan a distintos medios, tales como la pérdida de credibilidad o un tratamiento despersonalizado (en tercera persona) alejado de posibilidades expresivas y subjetivas del narrador, en un contexto histórico donde quien lee no es un lector de nicho -no deposita toda su confianza en las versiones de la historia que lee-. Para los entrevistados, este alejamiento, -que también se relaciona con ausencia de un punto de vista personal del cronista y/o narrador-, se articula con la contrapropuesta de los medios especializados, los cuales ofrecen textos escritos mayormente en primera persona, que son firmados por sus redactores, entendiendo que es necesario exponer lo que le pasa al narrador con los hechos, aunque el lector puede estar o no de acuerdo con tales posicionamientos.

Los medios generalistas también se asocian a un aspecto “negativo” de la cobertura y presentación de las noticias, a un estilo que apunta a priorizar la primicia y a una puesta en escena “opaca” de los hechos⁷⁹; mientras que las revistas digitales especializadas ofrecen casos o textos con más de una fuente y mayor diversidad de voces logrando un resultado diferente de lo que podría ser la misma historia. En consecuencia se considera que los medios generalistas limitan tanto el temario como las oportunidades para hacer un tratamiento profundo de la información.

A pesar de una mirada negativa predominante en torno a los medios generalistas, es deuda señalar que no fue el único modo de caracterizarlos, dado que los entrevistados creen que determinadas secciones (por ejemplo, *Clarín-Mundos íntimos* y *ADN de La Nación*) y otros productos específicos en ocasiones ofrecen historias de calidad e interesantes. Incluso reconocen que en ciertos casos, esos contenidos están mejor escritos en las grandes redacciones, aunque la diferencia entre esos textos y los de las revistas está dada por la frecuencia de publicación y la

⁷⁹El último informe (2018) de la Defensoría del Público de Comunicación Audiovisual da cuenta de que casos de Derechos Humanos, violencia de género o violencia ejercida contra niños y niñas son contados por los medios generalistas (noticieros de TV) en las secciones policiales.

cantidad de piezas informativas subidas a las redes y a los portales por cada medio; en virtud de que ese material “se pierde” en el mar de discursos continuos de las redes y flujos de información. No así en las revistas, cuyos editores –en más de un caso- calculan la frecuencia de publicación (siempre periódica) en virtud de las posibilidades para jerarquizar y destacar notas durante días. De esta manera, aparece una primera ventaja de la revista para la presentación de determinado tipo de temas.

Ejemplos de las propiedades mencionadas: entrevista Bruno Cirnigliaro, *Tucumán Zeta* (DP123).

Si hay algo en común que tenemos los tres es que trabajamos en *La Gaceta*. Vos sabrás que es el medio hegemónico de Tucumán y del norte argentino. De alguna manera nos fuimos de *La Gaceta*. Bien. Porque cada uno cumplió su etapa, porque encontró que en ese diario no podíamos hacer lo que queríamos. Quizá que en ese momento no lo sabíamos. No sabíamos qué queríamos, pero sabíamos que no queríamos hacer eso. Por lo menos eso estaba en claro. En la interior pasa mucho eso, de que, si no estás en los grandes medios, terminás en una radio chiquita, siendo notero, movilero, -al menos en Tucumán pasa mucho eso- y la verdad que es un trabajo que está buenísimo el de ser movilero, el de ser notero y todo, pero está muy precarizado. Nosotros queríamos crear nuestro propio medio con un género con el que nos sentíamos cómodos (...).

Entrevista Agustín Marangoni, colaborador de la revista *Ajo*.

Uno dice: “*Clarín* es un medio mitad de tabla”, sí, puede ser, ahora ¿trabaja mal? No. Hay textos de *Clarín* que son brillantes. *La Nación* tiene textos brillantes, de hecho lo tiene a Ezequiel Fernández Moares escribiendo ahí que es un genio, una bestia y hace unos análisis sobre política y fútbol que te descose la peluca. Entonces uno no puede englobar y decir “todo esto es una cagada y todo esto está bien” o “todo es una cagada” no, de ninguna manera. Sí creo que en los últimos años hay una voz independiente que se ha encendido y que le da al periodismo, en general argentino, un halo de frescura que no había tenido en mucho tiempo, pero ahí viene otra salvedad y la pregunta que se hace todo el mundo que está en medios: ¿cómo mantener ese halo de frescura? Porque es muy lindo *Ajo*, *Anfibia*, *La Vaca*, *Cosecha Roja*, *La Garganta Poderosa*... un montón de medios que laburan con una profundidad estupenda pero después cuando hay que pagarles a los periodistas uno tiene que empezar a introducir determinadas lógicas comerciales que tal vez están por fuera del criterio original del medio. Eso en algún momento pesa, no lo digo por *Ajo* sino en general, y muchas veces tiene que ser parte de la estructura general de lo que se está produciendo. Hay medios que son empresas y hay medios que son empresas con mejores intenciones.

Entrevista a Martín Ale, Revista *Anfibia* (DP122).

Cuando vos lográs tener un medio de comunicación alternativo, vos empezás a tener una mirada...hay notas de *Anfibia* que se proponen como diciendo si no lo lees acá no lo lees en ningún otro lado y es mentira. No es porque está hecho con maldad. Muchas veces leo *Anfibia* y después encuentro notas mejores en *Clarín* o en *La Nación*, y sin embargo cuando yo voy y testeo en Facebook cómo se comparten las cosas (no de toda la gente pero sí de alguno para ver qué onda). A pesar de que hay mejores notas de las que tenemos nosotros (mejores notas, mejor edición) me pregunto: ¿y por qué no se comparten? ¿Qué pasa ahí? ¡Ahí pasa algo! Yo no sé si es lo que digo que pasa, pero ahí pasa algo.

Entrevista a Alfredo Hoffman, editor de revista *Telaraña Digital* (DP119).

Cuando uno, a lo mejor en el periodismo más tradicional va a contar un acontecimiento cuenta lo que sucedió casi siempre en tiempo pasado, de modo despersonalizado y directo, cuando uno lo hace desde el periodismo narrativo te permite hasta recrear la escena de lo que sucedió, contar con herramientas narrativas o literarias, si se quiere, cómo pudo haber sucedido un acontecimiento. Por ejemplo, cuando uno cubre una noticia de un juicio de lesa humanidad para un diario y luego va a contar entrecomillado lo que relató un testigo en ese juicio. Cuando uno lo hace con estilo narrativo va a empezar contando que en el año 1976 una persona cuyo nombre es fulano de tal, estaba caminando por una calle de Paraná cuando llegó una patota y lo subió a un auto, lo puso en el piso del asiento de un auto y se lo llevaron. Todo recreando lo que sucedió.

En virtud de lo detallado, es posible vincular la categoría medios de comunicación generalistas como aquella que contrasta con la de PLD, pero que a la vez se relaciona con temario, lector, financiamiento, criterios de cobertura y criterios editoriales, roles de los periodistas (staff), tipo de actualidad, frecuencia de publicación, géneros y estilo.

b. Medios especializados

La segunda subcategoría mencionada es b) “Medios especializados, sociales y/o autogestivos”. Aquí es necesario señalar que los referentes de medios estudiados no denominan a sus proyectos como especializados (que gestionan la información de modo selectivo o que poseen temarios pensados para determinados grupos de lectores) sino mayormente como autogestivos, sociales y alternativos (que poseen autonomía, compromiso social y se constituyen desde la diferencia). Son proyectos que resultan como consecuencia del sistema de medios existente, que permiten considerar colectivos de producción, ya sea por su conformación o por su modalidad de trabajo. La autogestión se presenta de manera total o parcial -relacionada a determinados aspectos en los que el medio

demuestra autonomía-. En este punto, es necesario hacer una salvedad. Si bien estos medios fueron llamados "alternativos", desde las revistas independientes se propuso llamarlos "sociales". Entrevista de Federico Polleri, revista *Ajo*, a Sergio Ciancaglini (DP12).

El equipo alternativo de River es el suplente. A mí la palabra suplente me remite a un plan B. Que, frente a los grandes medios, los medios "centrales", hay "alternativos", que van por el costado. Además, yo discuto que aquellos sean grandes medios. Todos repetimos como loros estúpidos que "los grandes medios" tal cosa. Y no es así, son diarios cada vez más chicos, que cada vez lee menos gente. Paralelamente, hay un proceso de pluralización de las voces. Internet sería un ejemplo de esto, que nazca *Ajo* es un ejemplo de esto. Hace unos años una revista así era impensable, ahora es pensable; eso marca una diferencia. Entonces, yo digo: ese tipo de medios, y se nota clarísimo con las radios comunitarias, no son un plan B, no son alternativos a nada, son medios centrales, son muy importantes. Me parece que es como atacar la importancia que pueden tener. Por eso yo hago la broma: ¿No será que *Clarín* es un medio contrainformativo o que *La Nación* es un diario zonal y marginal?

Asimismo, la noción "especializados" no implica que las demás características se den por sentado. Más bien, este tipo de medios están pensados no sólo a partir de los contenidos que ofrecen sino en virtud de sus lectores, y en contraposición a los generalistas, es decir a lo que cada equipo periodístico entiende que debe producir para cubrir nichos de lectores más exigentes en relación con el conocimiento, la posibilidad de interpretación, intereses y capacidad de agencia, entre otras características.

Esta categoría se vincula al estilo de cada revista, a los criterios editoriales, al diseño, la fotografía, los criterios de cobertura y temario, al uso de fuentes, como también al concepto de "extensión" que determina el carácter de los textos que se publican y más que nada a la de lector y comunidades interpretativas.

Ejemplo de la relación medio especializado-criterios de tratamiento. Entrevista a Agustín Marangoni, Revista *Ajo* (DP118).

Por ejemplo, yo hace poco entrevisté a Gabo Ferro para la revista y Gabo venía a tocar a Mar del Plata, no hablé del concierto en Mar Del Plata y no anuncié que venía a tocar; hablé de su último disco y su posicionamiento político en relación a cómo él concibe su poesía, entre otras cosas, pero no hacemos ancla en la actualidad porque tal vez poner un ancla en la actualidad, que sí se ha hecho con otros textos políticos, siempre es para buscar enfoques más profundos, no es para conseguir una primicia. *Ajo* no es un medio pensado para la primicia, *Ajo* es un medio pensado para la reflexión (...)

Otra de las características de los medios especializados en relación con su temario tiene que ver con que incluyeron textos (entrevistas en mayoría) a informantes que hacen referencia a la situación del sistema de medios en Argentina, a los generalistas, pero también a los universitarios e incluso a los autogestivos, tal como se evidencia en la entrevista realizada por *Islandia* a Esteban Falcón (DP86).

Para mí la Universidad no tiene que tener medios para mostrar la “tele-escuela técnica”; obviamente se tiene que notar que es un medio de gestión universitaria, tiene que haber divulgación científica, una mirada con criterios acordes con la institución de la que depende. Se le debe exigir un cuidado en sus contenidos, en el modo de producir la información, pero también tiene que tener entretenimiento y principalmente tiene que tener la mirada de esa comunidad universitaria sobre los hechos que suceden en la sociedad en su conjunto. Porque si no armás un circuito cerrado, mostrás las producciones universitarias y listo. Producciones que además están accesibles vía internet en plataformas *on demand*. Esa estrategia de enlatados universitarios va en contra de la propia supervivencia de los canales de aire donde el acento tiene que estar puesto en la producción en vivo.

Los rasgos de medios especializados también tienen que ver con el soporte digital en particular. Ejemplo: Entrevista a Bruno Cirnigliaro (DP123), de *Tucumán Zeta*.

Cuando empezamos a contar a la gente qué íbamos a hacer antes de hacerlo, todo el mundo nos decía que estábamos locos, justamente por esto que vos acabás de mencionar. Pero si no se leen más de 140 caracteres, solo titulares, que esto y que esto otro, nos llenaron de aforismos y de dogmas de las nuevas tecnologías pero nosotros teníamos como horizonte a muchas otras revistas que nosotros veíamos que también eran digitales -caso Soho, caso Etiqueta Negra, en sus versiones digitales, porque están en papel también- y ahí había gente que sí leía la crónica larga. Entonces nosotros decíamos si está bien contada, si lo hacen en otros países ¿por qué acá no se va a leer?

Otras dos cualidades se asocian a la cita anterior, es decir, a las posibilidades y horizontes del soporte digital en combinación con el tratamiento del periodismo literario y un temario de contenido propio y local. Ejemplo: entrevista a Pablo Siciliano de *Big Sur* (DP125)

No existe un antecedente de alguien que lo haya hecho todavía. No hay una revista patagónica, sí está *El Extremo Sur* como antecedente, pero *El Extremo Sur* recién ahora se está haciendo digital, bueno el que hace *El Extremo Sur*, que es Cristian Aliaga, él vio *Big Sur* y cambió a partir de eso. Lo sé porque me lo dijo su cronista.

El periodismo especializado presenta también como cualidad al trabajo colaborativo y a la no existencia de una redacción física.

(...) *Anfibia* lo tiene a Cristian Alarcón que es un periodista conocido, escribió libros, fue premiado y lo banca la Universidad de San Martín, o sea tiene una banca atrás, con lo cual él mismo puede ponerse una oficina adentro de la Universidad pero en el fondo (a nosotros) no nos hace falta. Yo, por ejemplo, siempre tengo un amigo fotógrafo en algún lugar que yo sé que me va a ir a sacar la foto y me la va a mandar y no va a tener problemas, como hice un montón de veces. Otras fotos las saco yo porque también me gusta sacar fotos.

También es posible asociar al periodismo especializado con dimensiones de la categoría lector y sugerir el descubrimiento de otros perfiles, por ejemplo decir que sus lectores son más jóvenes que los de los medios generalistas. Entrevista Martín Ale, Revista *Anfibia* (DP122).

(...) Los jóvenes no quieren compartir notas de Clarín en redes sociales. No quieren. Aunque la nota le parezca buena. No quieren mostrarse así. En cambio, publicar notas de un medio que es más chiquito, un medio que no es anti “ka”, a veces parece filo “ka” a veces no y a veces parece que sí...queda mejor. Eso influye un montón, eso es un fenómeno muy local. Y a eso lo hablé con los chicos yo, con Pablo y con Eugenia y ellos me decían que, efectivamente eso pasa acá. Lo mismo me decían sobre la politización de los estudiantes secundarios, es una cosa que pasa en Argentina y que no pasa en otros países (...)

Finalmente, para Agustín Marangoni el periodismo especializado se asocia a una fragmentación propia del mercado editorial y sistema de medios actual (DP118).

(...) el arte, el periodismo, la expresión en general ya carece de masividad, todos los medios perdieron masividad. Antes en la televisión, vos eras famoso de cuatro canales, ahora si sos famoso, ¿cuántos canales tenés para ver? Es relativo, sos famoso en un sistema que te festeja las pelotudeces que decís y en la literatura olvidate, ya no hay lugar para un Cortázar. Es muy raro un tipo que venda cien mil ejemplares escribiendo literatura, existe un tipo que vende cien mil ejemplares con otro tipo de productos, sin embargo la gente lee cada vez más, pero el mercado está hiperfragmentado, entonces. Tenés un genio como Juan Villoro, Martín Caparrós, bueno Leila Guerriero me gusta un poco menos pero es una genia igual, pero esos tipos no van a tener la masividad que tuvo la obra de Capote, por una cuestión de estructura de mercado, pero creo que se escribe fantásticamente bien.

En resumen, la noción de medios especializados se piensa en virtud de sus recursos y posibilidades, en relación con proponer un producto diferenciado. En este punto, las definiciones de tipos de periodismo (que trabajaremos a continuación) aparecen como una ampliación necesaria a la función social o misión y visión de este tipo de medios, que responde a un ideal de necesidades de los lectores, permitiendo clarificar los objetivos de la cultura profesional y práctica periodísticas. Ambas tienen que ver con escribir de modo tal que el lector perciba una experiencia, que adquiera herramientas de interpretación, y que se apropie de un temario más diverso, con otros tratamientos

en mayor profundidad incluso en los temas que pueden pensarse como subsidiarios en las agendas generalistas.

Otras categorías relacionadas –y diferenciadoras- son los criterios editoriales, criterios de cobertura, roles (colaborativos), temario, contenido local, como también el concepto de "extensión" que determina el carácter de los textos que se publican y hace referencia a lo que se brinda al lector a partir de una lectura digital.

3. Tipos de periodismo

Un fenómeno interesante que vinculamos a los medios especializados también va de la mano con que se reclasifican los tipos de práctica periodística y misión de los medios en general. Las menciones que emergieron del corpus fueron al menos cinco de éstas: periodismo narrativo, de investigación, experiencial, interpretativo, y etnográfico. Podemos afirmar que todos esos rasgos han sido hallados en las publicaciones estudiadas, en distintas combinaciones y modalidades. Por ende, la categoría PLD puede asumir características de esta tipología en virtud de ejemplos del corpus.

Encontramos además un componente de indagación etnográfica en el PLD, propia del periodismo con ese perfil, y del llamado “narrativo”, en el tratamiento y elección de un temario que interpela a sus lectores desde distintos contextos. El periodismo de rol, experiencial o *Gonzo* también tiene amplios ejemplos de implicancias del periodista que puso el cuerpo para incluir en su relato el proceso de su propia transformación a partir de la interacción con los entrevistados o con los hechos que relató en torno a ellos.

El periodismo de investigación es el que logra ofrecer temas y situaciones de interés público no conocidas hasta el momento valiéndose de instrumentos tales como el uso de diversas fuentes, empleando incluso no oficiales o *en off*. Los tipos de temas encontrados están vinculados a problemáticas locales puntuales (contenido local) que interesan a los lectores de ámbitos cercanos al lugar de reporte.

Además del tratamiento de la información, la investigación en relación con el uso de fuentes es el componente o la propiedad que el PLD presenta y que tiene que ver –precisamente- con el periodismo de investigación. El periodismo interpretativo se vale de datos diversos para proponer un nuevo ángulo de hechos y de la información –muchas veces ya conocida por los lectores-, lo que se vincula a los tipos de actualidad y tiempos de publicación del periodismo literario digital y, nuevamente, al uso de diversidad de fuentes y de recursos como la autorreferencialidad.

Etiquetado y codificación abierta en Atlas.ti de los textos de la muestra

a. Periodismo narrativo

La búsqueda de autorreferencialidades permitió conocer que al hacer referencia al estilo de sus publicaciones o a la práctica que realizan, los entrevistados y los textos hablan de “periodismo narrativo” con una sola excepción: la de un fragmento del libro Zona de obras de Leila Guerriero publicado en *Anfibia* donde la cronista llama a esta práctica “periodismo literario” (DP59). A la vez, en el slogan de la revista *Ajo* caracterizan su práctica colectiva como “periodismo de largo aliento” por lo que puede asociarse entonces a textos de mayor extensión o en el caso de la revista *Tucumán Zeta* cuyo slogan es “La nueva crónica de acá”, lo que puede asociarse a un tipo de escritura del género con contenido local.

Podría decirse que el periodismo narrativo es sinónimo de periodismo literario, y aunque usualmente se lo llama “narrativo”, Chillón (1999) advierte que el periodismo todo, siempre narra. No obstante, para este trabajo quisimos distinguir que al referirnos a “periodismo literario” no

queremos decir que la revista aborda temas de literatura; sino que la publicación propone periodismo que elabora historias con herramientas y técnicas narrativas propias de la literatura.

Las revistas sumaron pistas sobre este tipo de práctica desde sus slogans y propuestas. *Anfibia* tuvo un desplazamiento desde el periodismo narrativo o literario a un tipo de textualidad más cercana al análisis, al ensayo periodístico y en ocasiones a textos de comunicación de la ciencia con fuentes académicas o especializadas; en el caso de *Tucumán Zeta* se verifica una fuerte inclinación a resguardar la tradición del periodismo narrativo en la elaboración de sus crónicas pero también a la enseñanza en talleres, y en el caso de *Escritura Crónica* se identifica una preocupación por los modos de recepción de los textos, conjugando el uso de primera persona y apostando a temas de la vida cotidiana con una extensión que supone más asimilable.

En la mayoría de los casos, se hallaron recurrencias que apuntan a que el periodismo narrativo es periodismo en primer lugar (no exclusivamente literatura aunque puede considerarse género literario) y, a la vez, se constituye como práctica profesional que debe buscar el mejor modo de contar sus historias apelando a la sencillez en el uso del lenguaje para atrapar al lector independientemente de que éste tenga formación académica o no. Además, este tipo de periodismo hereda referentes del mundo de la crónica: Rodolfo Walsh (sobre quien se han escrito varios textos del corpus), Leila Guerriero, Alberto Salcedo Ramos, Gabriel García Márquez, Hebe Uhart, María Moreno. Las contribuciones que estos autores han hecho para enriquecer a los géneros y sus posibilidades constituyen sin duda una comunidad de interpretación y esos discursos y la obra no son desconocidos por los autores de la crónica digital, que, en varios casos los toma como maestros o guías de la propia práctica.

Al respecto, la revista *Tucumán Zeta*, trabajó en sus talleres una definición colectiva de periodismo narrativo.

La escritura es la última parte del proceso de la crónica, la idea es ver durante este taller todas sus etapas. Bruno Cirnigliaro dice que la primera, -motivo de este encuentro- está signada por la decisión de qué escribir. Antes de entrar de lleno en ello propone consensuar qué se entiende por periodismo narrativo. Plantea construir una definición entre todos, la idea de la construcción colectiva está siempre presente para *Tucumán Zeta*

Además, este tipo de periodismo tiene como cualidades:

(el) orden cronológico (...) El texto circular: Empieza y termina donde comienza. Ejemplo “Parirás con dolor” (Licitra) o “El rastro en los huesos” (Guerriero). Historia fragmentada: Un recurso posible es separar en segmentos narrativos que dan un giro al lector y le dan aire a la

historia. Modelo de la novela negra: El periodista se homologa con el detective. El ejemplo clave es Operación Masacre de Walsh. Se juegan la reconstrucción y el seguimiento de pistas.

Las revistas elaboran para sí sus propios estilos y modelos de cobertura y escritura en virtud de herencias del periodismo literario de papel, a partir de los propios recursos y en pos de una misión relacionada a los lectores. En *Anfibia*, la crónica etnográfica resignifica los elementos heredados de la crónica tradicional organizándolos en un cuadro de personajes, territorios, conflictos, tramas, escenas, diálogos, punto de vista y fuentes. A la vez es posible hallar otro elemento como la referencia a un objeto, en una función similar a la que cumplen en la narrativa de ficción, es decir, teniendo como propósito dar la sensación de que al aparecer en distintos momentos o secuencias del texto ese objeto ayuda a la trama, la resignifica y da continuidad a la narración.

b. Periodismo de investigación

Es el tipo de periodismo que logró ofrecer temas, datos y situaciones no conocidas por sus lectores hasta el momento, valiéndose de instrumentos tales como el uso de fuentes diversas más allá de las oficiales. Los tipos de temas de investigación encontrados se vinculan a problemáticas locales puntuales (contenido local) medios de comunicación, Derechos Humanos y casos de personas desaparecidas o asesinatos.

Los entrevistados hicieron referencia a un estilo con profundidad investigativa, de visión estética pero siempre con historias y personajes (locales); como también al ejercicio de tomar un tema y lo desarrollarlo a fondo, lo que se traduce en propuestas en cuyo desarrollo se conjugan distintas fuentes y puntos de vista para contar los hechos, como ocurre en la sección de informes de la revista *Ajo* o en crónicas de actualidad de la revista *Anfibia*.

c. Periodismo experiencial o Gonzo

Se trata de un tipo de cobertura especial de temas en los que el periodista puede participar de manera prolongada en las acciones para después narrar los hechos. También es llamado periodismo de rol, porque puede incluir la narración de una experiencia vivida asumiendo un rol, o una trama en la que el periodista fue parte o protagonista. El resultado es un texto que hace referencia a un tema general, que puede ser publicado por otros medios especializados o generalistas o incluso en libros, que ofrece un tono distintivo, que se logra por el uso de la primera

persona y la descripción de acciones, personajes, escenas y ambientes aportando datos que serían imposibles de recrear a menos que se estuviese en el lugar –y momento- de los hechos.

Ejemplo: Entrevista Leandro Groshaus; Revista *Islandia*.

Nosotros viajamos porque nos gusta El Indio y porque nos parecía interesante. Muchos de los que estamos involucrados, de alguno y otro modo, con *Islandia* fuimos con la idea de hacer una crónica, más con clave de road movie, porque muchos amigos fueron en motor home. La historia era poder trabajar sobre eso después, con todo lo que pasó, se cambió completamente lógica de cobertura y fuimos cubriéndolo a partir de lo que íbamos viendo que hacían los otros medios también. De hecho, lo que nosotros sacamos se complementa bien con todo lo producido sobre el tema, sobre todo con lo producido por otros medios.

Por lo antes dicho, el periodismo de rol o experiencial se emparenta con la autorreferencialidad y se constituye como recurso y estilo reconocibles en las crónicas más ensayísticas, en los ensayos literarios o en los perfiles. Entre las revistas que hacen del periodismo experiencial un componente de su estilo se cuenta *Escritura Crónica*, *Islandia*, *Tucumán Zeta*, y *Big Sur*. En este último caso, llama especialmente la atención una crónica publicada por *Big Sur* en cuatro segmentos, en torno a la experiencia de un periodista que trabajó en las fábricas de Tierra del Fuego. Muchas veces, la finalidad de la crónica experiencial tiene que ver con las posibilidades de encontrar datos para completar una investigación, por lo que este tipo de periodismo busca descubrir datos causales o razones de hechos determinados y qué mejor que aquellos que fueron vivenciados por quien narra.

d. Periodismo etnográfico

Emparentado con los anteriores, este tipo de periodismo permite al cronista no solo vivenciar hechos clave para interpretar el sentido de lo que ocurre en territorios sociales y geográficos específicos, y en el marco de un reporteo de tiempo prolongado, sino también intervenir en las tramas del fenómeno que busca narrar o investigar e involucrarse yendo más allá de lo que puede ir un trabajo periodístico usual. Aquí el factor tiempo es clave, dado que el abordaje etnográfico tiene en cuenta los tiempos de permanencia en los ámbitos que están siendo o que son investigados para comprender la mayor cantidad de situaciones y reconstruir las tramas a partir de su escritura.

Entrevista a Martín Ale, revista *Anfibia*. (Haciendo referencia a Cristian Alarcón)

Sí, su libro se convirtió en un clásico por la cantidad de ediciones que tiene, la cantidad de lectores que tiene, y es un libro que lo leen personas que leen tres o cuatro libros por año y la academia.

Osea, es un libro que la antropología y la sociología lo han leído y estudiado...pero básicamente porque lo que hay ahí es un trabajo etnográfico muy fuerte que logra llegar hasta donde el académico no logra. Porque el académico tiene un grado de cercanía con sus personajes y Cristian hoy es el padre (ya no el padrino porque tiene la tenencia e hizo el trámite de adopción) del bebé que aparece en el libro *Si me querés quereme transa*. Ese es el grado de cercanía con todo lo que eso implica, a ese nivel y hay otros que no lo querrán y ahí hay algo que no está muy estudiado, pero yo creo que en su trabajo etnográfico el cronista logra determinadas cosas donde el académico no está dispuesto a llegar. El académico puede construir relaciones perdurables con su objeto de estudio, ahora no tanto como el periodista. Con todo lo bueno y lo malo que eso tiene.

e. Periodismo interpretativo

Buscó ampliar información en torno a hechos conectados o no entre sí, o a un tema cuya primicia pudo haber sido dada con anterioridad en otros medios. El periodismo interpretativo ofrece así otro tipo de tratamiento, es decir que formula nuevas preguntas que apuntan a otros aspectos de lo narrado, aquello que no ha sido dicho o investigado, cambiando el punto de vista, contando aspectos históricos mayormente desconocidos, presentando nuevas preguntas u ofreciendo otras miradas a personajes muy conocidos, como el presidente de la nación o el papa. De esta manera, y también mediante el ejercicio de periodismo de investigación, se reconstruyen historias brindando nuevos datos, voces, fuentes y reflexiones del cronista, como también utilizando otros recursos creativos como monólogos internos, listados o incluso diálogos ficticios.

El contexto en el que se pone de manifiesto el periodismo interpretativo merece un párrafo adicional. Este tipo de periodismo es requerido por los lectores -de acuerdo a lo manifestado por los editores- ante una crisis del periodismo tradicional que es cuestionado debido a situaciones que contribuyeron a la disminución de la credibilidad y ausencia de confianza incluso en las cabeceras predilectas. En relación con lo anterior, para los entrevistados, el periodismo tradicional generó modos de contar con el uso prioritario de fuentes oficiales, y sus esquemas de escritura “estandarizados” estarían dando hechos por sentado, entre otros aspectos.

Bajo estas ideas, en el presente trabajo se decidió adherir a los conceptos de “confianza” y “desconfianza” del lector. El primero tiene que ver con que los lectores esperan que el medio responda a sus intereses, que pueden sintetizarse en la necesidad de que reflejen los temas que quieren leer o que consideran más cercanos a sus identidades e ideologías; y que el tratamiento de esos temas haga a una necesidad de interpretación que está estrechamente asociada no solo a una necesidad de orientación sino a una capacidad de agencia. En ciertos aspectos, como podrá notarse,

la confianza hace referencia a ideas similares a un contrato de lectura aunque de un modo mucho más específico e integrador de aspectos que van más allá de lo vincular entre el medio y sus lectores y alcanza sus agenciamientos. Finalmente, la desconfianza, está vinculada a que, los medios ya no son considerados espacios de construcción de poder (cuarto poder) sino que son vistos como organizaciones que producen *un tipo de verdad* que puede ser cuestionada o que obligatoriamente debe ser contrastada con otras versiones de los hechos.

Ante esto, se establece una relación entre el periodismo interpretativo y la categoría temario y criterios de cobertura, como también con la de los géneros y la presentación de las historias.

Asimismo, el periodismo que brinda herramientas de interpretación también se vincula a hechos de actualidad prolongada o reciente, según la revista y el texto que se quiere clasificar. Otro aspecto relacionado es la función del periodismo interpretativo: producir conocimiento colectivo, es decir, lograr que el texto se comprenda y pase de una lectura individual a una grupal; que se comparta, que genere conversaciones e interacciones en redes sociales, etcétera, tal como señaló Martín Ale en el marco de su entrevista.

¿Cómo hacemos para que el lector se quede? (...) Si el texto está más o menos escrito, se va quedando. Pero mejor si además el texto da ideas para pensar. Si además el texto te da conversación - como decíamos nosotros: un tema (en el primer párrafo o en cualquier parte de la nota) para hablar con alguien (personalmente o por mensaje de textos más que en redes sociales). Pero ¿viste esas notas que te dan tema de conversación con alguien? ¿Decís “che leíste tal cosa por esto, o lo otro...?”’. Después nos dimos cuenta de que nos teníamos que meter en los temas de conversación y que lográbamos decir algo original o que no estaba diciendo nadie. Porque en todo esto tuvo mucho que ver el contexto. Por eso nos ha ido bien. Esa crisis de autoridad de la que yo hablaba.

Por otra parte, la entrevista a Fabricio Lombardo de Último Round, permite clarificar este ejercicio en relación con un proyecto político.

(...) se busca militar desde la comunicación, intentar decir o prestar atención a lo que otros medios no, -gran cantidad de medios- no dice, con otra perspectiva y rescatar opiniones sobre cosas que normalmente no se dicen (...)

Sobre el particular, también hizo referencia Pablo Siciliano, de *Big Sur* haciendo hincapié en que mostrar aspectos diferentes de los hechos y profundizar en su investigación es un valor agregado.

(...) ¿Cuántas notas interesantes tenés para leer cuando abrís medios de Chubut? Ninguna. Ninguna te ofrece algo diferente. ¿Por qué firmamos las notas también? Porque Diario *Crónica* no tiene ni

una sola nota de análisis, Diario *Jornada* tiene solamente una columna que sale el domingo que es una chupada de medias del gobierno, Diario *El Chubut* tiene la columna de los lunes que son dos páginas enteras del diario y todos los que están en política las leen porque es interesante y es larga. (...) Nosotros no hacemos opinión, tomamos un tema y lo desarrollamos hasta el fondo.

Dicha mirada periodística particular se posiciona con relación al contexto desde su enunciación, y se refleja en el despliegue de temas tanto publicados como no publicados por otros medios de comunicación. Ejemplo de los presentados por gran cantidad de medios y que se constituye como uno de los más leídos en el período seleccionado en la revista *Anfibia* fue *El rompecabezas Nisman*; o en el caso de textos no publicados por medios generalistas que además tienen un estilo particular es posible mencionar *Mundo porno* de revista *Ajo*, sumando distintas crónicas, ensayos e informes relacionados a temas como el aborto en Argentina, el uso de marihuana medicinal o gatillo fácil e inseguridad, poliamor, entre muchos otros temas y casos. Ante esta última afirmación, encontramos que el periodismo interpretativo se relaciona estrechamente con el temario.

4. Soporte

En el caso de las revistas analizadas, los dos soportes más utilizados son el del papel y el digital, los cuales implican distintos procesos de producción, distribución y ritualidades de lectura - más allá de que comparten otros de cobertura y de escritura-.

El soporte equivale al sustento material de los productos comunicacionales y culturales de las revistas. Se trata de un concepto específico, que permite establecer las relaciones entre dichos productos digitales y las características de producción, publicación, circulación y lectura pero que también habilita un análisis en torno a las transformaciones que tienen los soportes tradicionales de papel en coexistencia con el soporte digital, entre otras posibilidades.

El soporte de papel es, precisamente, aquel que se asocia más a medios generalistas – aunque éstos tuviesen versiones digitales- incluyendo tanto publicaciones periodísticas como proyectos editoriales-literarios o de no ficción; mientras que el digital se vincula a una menor capacidad de lectura de los usuarios, y a la necesidad de implementar recursos multimediales.

No obstante, los entrevistados no consideraron que a partir de las lecturas digitales los usuarios ya no estuviesen leyendo en papel. Prueba de esto es que las revistas *Ajo*, *Anfibia*, *Tucumán Zeta* y *Escritura Crónica* nacieron digitales, pero elaboraron anuarios, selecciones de crónicas o perfiles a partir de lo trabajado inicialmente en soporte digital, siendo una excepción *Anfibia*, la cual –de acuerdo a su referente- habría publicado sus crónicas como compromiso

institucional. En tanto, *Deodoro*, *Telaraña Digital* y *Último Round* fueron primero de papel y luego digitales ante el trabajo y los costos que demandaron la producción y distribución de revistas de papel.

Lo importante en este caso es entonces que el papel adquiere otros significados desde la práctica digital, los cuales se vinculan a cierta nostalgia en relación con la palabra impresa, posibilidades de distribución y de recepción vinculadas a lo coleccionable o atesorable, y a procesos de la memoria y espacios de archivo para conservar lo producido. Esto último queda comprobado porque los anuarios y libros impresos están constituidos por textos que no fueron editados especialmente para el papel sino publicados tal cual se presentaron para la web.

En consecuencia, tanto las categorías soporte de papel como soporte digital se complementan en la construcción de marca y tienen que ver con estrategias específicas de financiamiento. Lo que cambia, en todo caso, es que mientras que el papel debe ser pagado por el lector para acceder a los contenidos, en el ámbito digital el lector (de Argentina) está acostumbrado a la gratuidad del soporte digital. De acuerdo a los dichos de los entrevistados, sus seguidores no quieren ser molestados con avisos publicitarios, y además pagan sólo en situaciones puntuales que cambian en función de las prácticas culturales específicas o propuestas concretas.

El soporte también se relaciona con el concepto diseño y con prácticas virtualizadas para el trabajo de cobertura y edición, como también con la posibilidad de contar o no con redacciones como lugar de trabajo.

Finalmente, tomamos apuntes de una relación –que se desarrollará más adelante– con la subcategoría lectura digital, que nos remitiría directamente a los lectores y a algunas prácticas descriptas desde la producción.

A continuación, se conservan algunas citas que refieren a las características señaladas. Entrevista Agustín Marangoni (*Ajo*)

El hecho de publicar hoy en papel no te amplía los lectores (...) el anuario de *Ajo* no sé de cuánto fue, pero vamos a poner una guasada, 10 mil ejemplares, ¿Cuánto ganas con 10 mil ejemplares? Nada. Si una entrevista publicada en *Ajo*, no sé cuántas visitas tiene, pero tenés más de 10 mil visitas por mes con los textos que tenés, mucho más de 10 mil visitas. Entonces: ¿Sacás el anuario para ampliar el margen de lectura? Sí, pero muy poquito. No pasa por ahí, creo que pasa por el complemento, todo es complementario (...) editar en papel teniendo un soporte digital, como es el caso de *Ajo* y esto lo digo a título mío (...) tiene que ver con una declaración de principios, de entender la importancia de la multiplataforma, de la heterogeneidad de la expresión y algo de herencia también hay.

Entrevista Alfredo Hoffman (*Telaraña Digital*)

Telaraña, en principio era una revista que se editaba en papel (empezó en el año 2006 y salió hasta fines del 2009, casi cuatro años) después estuvo suspendida la actividad, la salida de la revista y la retomamos en el 2012 solamente en formato digital. Era una continuidad de la revista en papel, pero con una diferencia en el planteo, del pasaje de lo impreso a lo digital.

Entrevista Agustina Grasso (*Escritura Crónica*)

Yo confío mucho en la web, ahí está guardado; después nuestra idea es ir sacando libritos, pero son todos proyectos en los que se necesita recursos.

Entrevista Fabricio Lombardo (Último Round)

Una de las cosas que quisimos librarnos fue en relación con la impresión, eso y el diseñador gráfico, la imprenta, los tiempos. Porque al final, nada, ¿estábamos perdiendo mucho de lo que era el trabajo editorial que era algo que me gustaba no? queríamos comunicarnos, hacer un trabajo editorial, teníamos ese proyecto, y dentro de eso, cambió el objeto revista, pero estábamos dejando el todo por esa parte. Yo no tenía ganas de andar detrás del objeto como si fuera un talismán: la revista impresa.

Asimismo, la cita de Alfredo Hoffman, de *Telaraña Digital* permite poner en evidencia la relación entre las categorías formato, la de redacción física o freelance, y el financiamiento.

Hay muchos periodistas o trabajadores de prensa locales que en algún momento han decidido hacer su propio proyecto y el formato digital vino a ser como la solución para aquellos que necesitaban tener un medio propio, por decirlo de alguna manera, porque sabemos que los costos son mucho menores en relación a hacer una revista en papel u otro tipo de medio de comunicación. Nosotros para hacer la revista en papel que saliera por mes teníamos que trabajar todo el mes para conseguir los recursos, la producción, las notas, el diseño, después ir a la imprenta, ver que la impresión estuviera bien, distribuirla, venderla (...).

(...) En la revista en papel hacíamos una venta de publicidad permanente, pero no había un departamento de publicidad, sino que nosotros mismos, como teníamos que costear la impresión de la revista, salíamos a buscar apoyo de gremios, organizaciones gubernamentales, comercios barriales incluso, y con eso la sosteníamos. En la versión digital los costos eran menores y en un momento salimos a vender y conseguimos algunas publicidades que nos permitieron pagar al diseñador y al programador que hicieron la revista y que nos quede una pequeña ganancia. Luego esas publicidades se fueron cayendo y no fuimos renovándolas, entonces en el lugar donde estaba la publicidad hay banners de otras

organizaciones, de la Radio Comunitaria Barrilete, de la Radio de la Universidad Nacional de Entre Ríos, son canjes que hicimos en su momento, nosotros publicitábamos estos medios y ellos hacen publicidad de nuestro portal en sus medios.

(...) Así trabajábamos en la revista en papel, en la digital es más solitaria la producción por esto de que no se generan oportunidades de encuentro, esa fue una de las razones por las cuales frenamos porque cada uno hacía su nota casi en solitario, independientemente de lo que estaba trabajando el otro, si bien sí tenemos la costumbre de socializar el artículo antes de publicarlo, cosa de que el otro vea, a lo mejor, los errores que uno no vio o haga el aporte que considera necesario, eso era una vez que la nota ya estaba terminada.

5. Periodismo Literario Digital (PLD)

La categoría implica que la revista y sus textos periodísticos se construyen con herramientas de la literatura, pero esta única dimensión no alcanza para caracterizar los rasgos en común entre las revistas, su producción y textos del corpus. Por ende, describimos a esta práctica como un tipo de periodismo específico, con una cultura profesional en transformación, (que va de la estructura vertical de las redacciones tradicionales a una más plana u horizontal y colaborativa) que contempla otros modos de gestión de vínculos para la producción de conocimiento y con prácticas comunicacionales virtualizadas y presenciales. Además, presenta múltiples estrategias de financiamiento, y construye una marca periodística mediante el soporte digital, aunque también se vale de productos de papel y actividades formativas –como talleres de capacitación- sumando otros eventos y propuestas.

Otro elemento distintivo es el temario–como modo de diálogo editorial con sus contextos y como resultado de criterios de noticiabilidad y reporteo específicos- es que está arraigado en lo local-global relacionado a lo que otros medios –generalistas - no publican o publican de modo limitado, ofreciendo también un tratamiento investigativo y en profundidad de lo que pasa cerca de los lectores y lectoras.

Como dijimos, el PLD implica además empleo de criterios y uso de estrategias de escritura tomadas de la literatura. Ejemplo de esto es el empleo de la autorreferencialidad, la creación de escenas, la presentación de personajes, el uso de un narrador omnisciente, de objetos que ayudan a la trama, las descripciones múltiples con aliento narrativo.

También cuenta con un estilo de reporteo prolongado, que fusiona cualidades del periodismo etnográfico, de investigación, social o ciudadano, y que se destaca por su cercanía con las fuentes

profesionales, aunque no oficiales y con las testimoniales, pudiendo utilizar diálogos directos, indirectos o transcribirlos al estilo del nuevo periodismo. A la vez, el PLD hereda aspectos estéticos de las revistas tradicionales, en términos de preferencias de empleo de la fotografía de gran tamaño y conceptual, y se contrapone o busca diferenciarse de los medios generalistas en el establecimiento del vínculo con un lector con el que quiere sostener pactos de lectura a partir de componentes tales como el interpretativo, ideológico, identitario y emotivo-experiencial.

A partir de la muestra seleccionada y antes de su saturación, se constató que el PLD abarca desde publicaciones completas a secciones, o se traduce en informes especiales, aunque emplea diversidad de géneros, contexto en el que el ensayo, la entrevista y el perfil están ganando prioridad para equipararse con la crónica.

A la vez, el PLD asume un posicionamiento editorial que sugiere afinidades ideológicas y políticas con sus lectores en dos sentidos principales: el del ejercicio de la profesión (un periodismo de calidad, en profundidad, interpretativo) y el de los modos de representar el presente histórico compartido (ejemplo ideal de esta dimensión es lo que produjo el texto *Fuiste un lujo*, de la revista *Anfibia*), lo que muchas veces resulta en manifestaciones emotivas o identitarias.

Como dijimos, una característica tuvo que ver con el tipo de periodismo que realiza, que integra pautas y otros modos del ejercicio de la profesión y no exclusivamente literario, como también la construcción de un temario estratégico y diverso que no depende de la primicia sino de las claves que brinda para producir conocimiento en torno a los ámbitos en los que está publicando.

El PLD se diferencia de las revistas de papel a) en la búsqueda de nuevas modalidades de financiamiento que no se circunscriben exclusivamente a la venta directa, canje o la publicidad, en que b) puede o no contar con un lugar físico utilizado de manera exclusiva como redacción y, c) en una mayor flexibilidad en general para hacer prueba y error y adecuar sus estrategias a los lectores y las reacciones a sus productos.

Por otra parte, se asemeja a las revistas de papel en a) un tipo de actualidad de publicación o actualización de los textos con menor frecuencia que otros medios, b) con un tipo de secciones y estilo donde la fotografía tiene un papel singular, y, en parte, con la idea de c) suscitar una experiencia inmersiva y/o interpretativa quizá al modo de una novela breve o de una película, en una lectura marcada por pausas, escenas y secuencialidades.

Así encontramos que las relaciones posibles de esta categoría –que además es una de las medulares- se extienden a los contextos, incluye a las revistas, marca, medios generalistas y

especializados, tipos de periodismo, estrategias de escritura, estrategias de cobertura, criterios editoriales, temario, extensión, soporte, fuentes y lector, entre todas las demás.

a. Revistas

La subcategoría corresponde a los casos que aportan los datos para la elaboración de la categoría PLD. Se articula con dimensiones generales: el nombre de la publicación y la construcción de marca, sumando también el estilo (criterios editoriales para la conformación de un producto comunicacional donde el diseño, el temario y el tratamiento de la información son claves), y también se relacionan con el soporte y de modo directo con el inicio y el fin de cada proyecto.

Como vimos en capítulos anteriores, las revistas digitales deben ser pensadas en torno a factores contextuales que hacen referencia a las creencias y representaciones de la práctica periodística, pero también al proceso de institucionalización de la crónica en soporte digital –que se plantea como continuidad y complemento de la crónica de papel-, sentidos atribuidos a los géneros narrativos y a sus antiguas y nuevas finalidades en relación con los lectores.

b. Nombre y marca

El nombre de la revista *Ajo* se complementa con el slogan “periodismo de largo aliento”, y su misión se apoya en lo que se mencionó como crisis de los medios, un momento que sería transitado colectivamente por periodistas y lectores quienes, además, saldrían juntos de tal situación.

En el editorial también se apela a una práctica de “reeducación” relacionada a la manera de contar, de investigar, de narrar, pero también de leer y de informarse. El proyecto así apunta a otra forma de hacer periodismo “con más tiempo, con otra relación con la fuente, con el dato, con la información, con el procesamiento de esa información y con poder entrar en la zona de análisis y generar tiempo y largo aliento y de larga lectura al lector”, lo que marca una diferencia clave en un contexto donde el ejercicio generalista marca otras tendencias.

De la forma detallada anteriormente, se busca construir un lector que se toma más tiempo “para leer, para pensar y analizar conjuntamente”. La construcción de marca se efectúa desde allí con un tipo de periodismo de investigación que emplea herramientas de la literatura pero que tiene

como fuerte a la investigación de casos locales. De acuerdo a lo que se enunció en el momento de su lanzamiento, no había hasta entonces -en Mar del Plata- un medio con tales características.

Entrevista Agustín Marangoni.

El nacimiento de Revista *Ajo* siempre se pensó con un espíritu colectivo y cooperativo, y después en lo que tenía que ver con la mesa chica en términos de “vamos a empezar con esto, vamos a buscar una línea, vamos a trabajar con un diseño, vamos a tomar decisiones...todo eso lo hizo Federico Polleri junto con otras personas, que creo que son cinco más, son un grupo muy chiquitito, y una vez que estaba armado el producto, después de tener pensando la línea editorial, el estilo de textos que querían incorporar en la revista, ya tenían definido el diseño y el criterio fotográfico, que eso es muy importante también, porque todos los textos tienen una búsqueda conceptual en términos periodísticos para los textos y una búsqueda conceptual que está absolutamente relacionada para las fotos. No trabajamos casi con fotos de archivo y casi todo lo que se escribe se cubre con el equipo fotográfico de la revista.

Anfibia, por otra parte, se autodenomina “una revista digital de crónicas, ensayos y relatos de no ficción” (...) desde su editorial señalan precisamente que el fuerte es el cruce de los discursos del periodismo “hacia las fronteras académicas y de los discursos de la teoría y el análisis hacia las nuevas narrativas. Pretende ser el elemento sintético de dos lenguajes que, al dialogar, entran en crisis”. Dirigida por un referente de la crónica como el periodista argentino-chileno Cristian Alarcón, maestro de la FNPI, *Anfibia* tiene un estilo que fue desplazándose de un periodismo narrativo más cercano al tradicional hacia el ensayo investigativo y de opinión. La publicación digital por otra parte se distingue por la exploración de otros formatos (multimedia, transmedia) y su gestión se destaca por las prácticas estratégicas para el establecimiento de alianzas con escritores, periodistas, organizaciones y grupos creativos y concretar distintos tipos de productos comunicacionales.

El slogan de *Deodoro* fue “Gaceta de crítica y cultura” y su nombre se asocia a Deodoro Roca, el dirigente universitario reformista, periodista y activista por los Derechos Humanos. La revista perteneció hasta el final de su publicación a la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). El proyecto se pensó como contrapropuesta y diálogo con el suplemento de cultura y de crítica que se editaba en *La Voz del Interior*⁸⁰. Se buscó que su temario no fuese “de agenda” sino que contribuyera a la reflexión. A pesar de ser un medio universitario otro de los objetivos que tuvo *Deodoro* fue estar abierta a la comunidad. La idea entonces consistió en elaborar desde la academia un producto acorde a un lector que no tenía que ser necesariamente académico. La versión digital

⁸⁰<http://www.lavoz.com.ar/>

resultó en un soporte “apoyo” al de papel y la versión de papel siempre se distribuyó en kioscos de diarios y revistas y fue de bajo costo hasta que la revista dejó de publicarse, costando alrededor de 10 pesos en 2015.

Como todo producto comunicacional, fue cambiando con el tiempo y tuvo distintas características conforme a quienes la dirigieran –en virtud de las distintas políticas y referentes académicos a cargo- poniendo mayor o menor énfasis en el lenguaje periodístico.

Último Round se caracteriza como “Una revista de boxeo. Cultura. Entrevistas. Política”. Esta es una publicación autogestionada que comenzó a publicarse en 2013 fruto del trabajo colectivo ante el compromiso de artistas y periodistas como sujetos políticos “que habitan un mundo profundamente desigual, uno en el que se están disolviendo logros importantes a los que se llegó con mucho esfuerzo en la historia de los derechos humanos, y creemos que no nos podemos quedar inermes”. Su nombre apela a la obra de Cortázar y al box, su estilo se apoya en la entrevista y su fuerte es un posicionamiento político explícito y “en combate” en relación con temas relacionados al arte, cultura, periodismo y literatura.

Telaraña digital “Periodismo narrativo” apuesta a un temario donde los Derechos Humanos y el contenido local (Entre Ríos) conforman el principal disparador de su propuesta. *Telaraña*, en principio, fue una revista que se editó en papel, -desde 2006 y hasta fines del 2009-. En 2012 se publicó solamente en formato digital y su actualización quedó en suspenso en 2016. Finalmente, volvió a subirse material en agosto de 2018. En la entrevista a Alfredo Hoffman, su editor y fundador, se detalla cuál fue la esencia de la publicación.

Desde el arranque la idea era que la revista se definiera más por el estilo que por los contenidos, el estilo del periodismo narrativo, aunque las inquietudes de todos los que hacíamos la revista eran básicamente similares y tenían que ver con los Derechos Humanos, con los derechos de las mujeres, con la diversidad sexual y la cultura. También nos interesaba sobre todo la innovación y hacer algo desestructurado fuera de las estructuras normales del periodismo al que nosotros estamos acostumbrados a trabajar, que es el periodismo de diario y jugar un poco con las herramientas propias de la literatura como se hace en el periodismo narrativo. Si bien en un principio la revista no fue planteada con la idea de que fuera con seis temáticas, fue decantando hacia ahí a tal punto que cuando nosotros decidimos hacer el pasaje al formato digital ya directamente definimos secciones que son las que están ahora en la página, en el portal que son: memoria, género, política, justicia, trabajadores y vida cotidiana.

Escritura Crónica se presenta a sus lectores como un sitio donde se busca “frenar un poco la realidad” desde relatos cortos relacionados con los Derechos Humanos y “realidades que vivimos las mujeres, hasta textos cotidianos de la vida millennial, el día a día de un barrio y experiencias de viajes”. Su slogan “crónicas ágiles para una realidad apurada” se corresponde con una apuesta a una extensión de textos cortos (en relación con los de otras revistas digitales de periodismo literario) de modo tal que puedan ser leídos desde cualquier dispositivo móvil y de principio a fin. Dicho lineamiento “no quiere decir que sean superfluos, sino que la profundidad se busque en cada frase”.

Además, EC propone ser “el Netflix de la crónica”. En 2012, Agustina Grasso inició el proyecto como blog, y en 2015 decidió “que un blog ya era viejo”, y con la ayuda de una amiga diseñadora lo convirtió en un sitio.

El fuerte de *Escritura crónica* precisamente resulta ser los temas de vida cotidiana, feminismo, Derechos Humanos, escritos con apoyatura en la primera persona y la autorreferencialidad. *Escritura Crónica* se constituye como mejor ejemplo de la crónica adaptada al formato digital si lo que se tiene en cuenta son aspectos de escritura de narrativa breve, y debido a esto sus textos han sido reconocidos como un contenido específico para lectura en dispositivos móviles, público joven y adolescente.

Tucumán Zeta tiene como slogan “La crónica de acá” y su característica principal es una propuesta que conjuga contenido local y periodismo literario, que hace hincapié en la herencia del periodismo narrativo de papel. En su web aseguran: “*Tucumán Zeta* es la primera revista de periodismo narrativo del norte argentino. Es tucumana y se encuentra en línea desde octubre de 2012. Fundada por los periodistas Bruno Cernigliaro, Pedro Noli y Exequiel Svetliza, la publicación digital narra historias de personajes y sucesos de la provincia Tucumán”. Dentro de su producto incluye una sección para fotoreportajes y videos, artículos de análisis y de manera posterior incorporó “crónicas de allá”, para publicar colaboraciones no estrictamente locales.

Islandia “Nada está tan lejos” cuenta desde su creación en 2016 con una línea editorial y política que define un modo determinado de ver la realidad local (Córdoba). Se busca de ese modo romper además con el estilo de las producciones del territorio que repetían ideas, que no hacen aportes novedosos. Además, se interesa por generar tensión a partir de ciertos debates más políticos, pero también culturales, alrededor de la actualidad. Su ciudad capital, a entender de sus editores, “no estaba siendo narrada” ni estaba “siendo contada con complejidad y profundidad” de acuerdo a lo que señaló un entrevistado.

Islandia es caracterizada por su editor como “ecléctica”, ya que al principio tuvo un estilo menos marcado. Su nombre juega con la idea de Córdoba como metáfora de una isla, imitando de algún modo el ejercicio que ya habían hecho otras publicaciones como *Panamá*. En su entrevista, Leandro Groshaus hace referencia precisamente a dicha metáfora.

La idea de Córdoba como una isla es una Córdoba que está desligada a los procesos político nacionales que tiene una dinámica propia y esa idea ha perdurado durante mucho tiempo y a nosotros nos gustaba jugar con eso. Pensar Córdoba como una isla inventada, como una isla nueva. Me gustaba sobre todo el nombre. (...) *Islandia* la vamos haciendo al andar porque estuvimos mucho tiempo planificándola. Incluso antes de las elecciones, antes de todo esto, nos parecía que Córdoba necesitaba un espacio de debate que se estaba dando con otras publicaciones de este estilo en Rosario, en Buenos Aires y que Córdoba no tenía.

Big Sur tuvo como fecha de inicio de sus publicaciones el 14 de marzo de 2016. El nombre *Big Sur* se asoció al libro de Jack Kerouac. *Big Sur* además es una localidad en California, pero para sus creadores también representó al “gran sur argentino”. El objetivo fue crear un “*Le Monde Diplomatique* patagónico”, con un temario que no se ocupara de la coyuntura sino de notas firmadas que desarrollaran una tesis, un análisis. La publicación se distinguió por ser en efecto la única en su estilo en la región, por haber empleado recursos multimediales y por sus estrategias de construcción de marca en redes sociales, por apelar al humor, videos y gifs. En relación con tipos de periodismo, uno de sus colaboradores fue premiado por una crónica vinculada al empleo en Patagonia, constituyéndose el mejor caso de periodismo experiencial o Gonzo dentro de la muestra.

ESCRITURA CRÓNICA

Historias para que la realidad no se nos escape

NOV 19

Una noche en el prostíbulo

CYNTHIA FINVARR

La lamparita roja es la señal que buscaba. Unos diez metros de pasillo me separan de la puerta principal que tengo que atravesar para sumergirme en uno de los más de **8000 prostíbulos** que funcionan en toda la provincia de Buenos Aires.

El aroma a sahumerio invade. Ser amiga de la recepcionista del lugar me garantiza la entrada y permanencia.

— ¿Vos venís a trabajar de señorita? — me pregunta una de las chicas, mientras me observa la vestimenta: pulóver, jeans y zapatillas. La miro con cara de asombro y le contesto que no.

Últimas crónicas

Como mulas

AGUSTINA GRASSO

Mamás del Amazonas

GLORIA ZIEGLER

Nosotras al

Escritura crónica ofrece historias donde el o la cronista comparte su propia transformación a partir de los hechos narrados.

REVISTA	SOPORTE	ESTILO	DISEÑO	FUERTE/	OTROS DATOS
AJO (Mar del Plata)	Nace digital. Lleva dos anuarios uno publicado en 2016 y otro en 2017	Crónicas más narrativas e informes más relacionados al periodismo de investigación. Uso de diálogos ficcionales como diferenciador de las demás publicaciones (en un caso). Uso de fuentes diversas, oficiales y testimoniales.	Diseño similar, gran slide, propuestas con fotos de varios scroles, plantilla similar con apuesta a los textos con grandes fotos. Canal de Youtube con poca producción y más que nada autorreferencia	Su fuerte: la investigación y la denuncia en temas locales protagonizados por referentes del poder empresarial y político. El temario tiene producción original aunque hay temas que se ven en otras revistas especializadas: gallos, personajes locales, etc.	No admite comentarios de los lectores
ANFIBIA (Bs As)	Se pensó en papel, nace digital. Se hizo una compilación publicada en 2015	Estilo crónicas de actualidad prolongada al principio, yendo al ensayo académico en otros momentos y a la investigación periodística, hasta los perfiles e informes de actualidad reciente. Periodismo de investigación e interpretativo. Uso de fuentes diversas, documentales, oficiales y testimoniales.	Diseño estilo plantilla blog al inicio, para pasar al estilo plantilla magazine con un gran despliegue fotográfico en slide y en los encabezados. Canal de Youtube autorreferencial y con productos innovadores: narraciones 360 realidad virtual y Anfibia/Docs documentales. Fuera del período produjo una serie "Pendejo loco" y podcast para radio on line con Postafm.	Su fuerte: el conflicto aparece a los 3 mil caracteres. Su teoría de la crónica se cumple y parece tendencia, saliéndose de la crónica clásica al PLD que es más flexible con temas de extensión y más visual, conjugando personajes, conflictos, territorios, ambientes, objetos y tramas. Otro fuerte: desde la producción se planificó un producto que relaciona el financiamiento con el lector y con el temario. Fuerte 3: hacen vínculos con otros para producir	Admite comentarios
TUCUMÁN ZETA (San Miguel de Tucumán)	Nace digital. Tiene una edición en papel llamada "Crónicas de acá"	Estilo: búsqueda de los atractivos de la crónica clásica y apuesta a la primera línea sin lead o bajada. Narración secuencial por escenas. Periodismo narrativo.	Diseño plantilla blog hacia plantilla magazine. Canal de Youtube autorreferencial.	Su fuerte: el estilo hiperlocal. Las notas con aliento narrativo pero no tan largas. Enfoque en personajes marginales y en aspectos del imaginario colectivo tucumano.	No admite comentarios Es imposible identificar la fecha de publicación

ISLANDIA (Córdoba)	Nace digital a mediados de 2016	Estilo: La crónica "Cómo arrabatarle algo a las profundidades" de Pablo Carrizo es especialmente particular, y recuerda al estilo de Guerriero, por sus momentos autorreferenciales. Mucha autorreferencialidad. Entrevistas y fotogalerías. Es el medio que ha puesto mayor énfasis en el despliegue de la fotografía en combinación con el texto y no sólo de forma separada.	Diseño: tiene secciones originales: inicio/merodeos (crónicas vikingas)/llamadas perdidas (ensayos)/golpes de vista (fotos)/dos cafés en jarrito (entrevista)/ mundillos (relatos)/ una remera que diga (viñetas) Home en slide con videos un scroll debajo. Usa grandes formatos fotográficos y combina textos con galerías fotográficas para el tratamiento de un tema. También destaca frases en algunas notas largas. Publica foto e ilustraciones en el mismo texto.	Fuerte: El despliegue fotográfico es mayor que en otras revistas. Hay crónicas muy visuales aunque combinan sólo texto o galería de imágenes o texto e imagen, las fotos son más grandes que en otros casos. El estilo es libre, por lo que cuesta encontrar un rasgo específico en ese sentido, aunque la propuesta es muy literaria, integrando recursos como viñetas, en ese sentido tiene un perfil que se acerca a las revistas de letras o literarias, si se quiere, muy al estilo Guerriero, y las entrevistas tienen un perfil más político.	Admiten comentarios de los lectores
ULTIMO ROUND	Pasa del papel al formato digital	Las posibilidades en cuanto a géneros: artículos, entrevistas, relatos. No hay crónicas propiamente dichas, aunque las entrevistas son narrativas y también los artículos. Las entrevistas analizadas tienen un encabezado narrativo, con preguntas y respuestas a continuación. Algunas secuencias cuentan con descripciones en otros momentos del texto. No son perfiles porque hacen más referencia a determinados temas, en el caso del perfil se hace hincapié en el personaje, como	Diseño: secciones llamadas Cuadrilátero (Argentina, Latinoamérica, Internacional), Guantes (Artículos, entrevistas, relatos) y Campana (Letras, Sonido, Imagen). Publica notas con fotos e ilustraciones en el mismo texto.	Su fuerte; la entrevista narrativa. En la EN los encabezados son escenas o descripciones que hacen referencia al encuentro o a datos del pasado del personaje. Es entrevista y no perfil porque el cronista no busca retratar al personaje sino hacerlo hablar de temas determinados. Hay recurrencias en políticas de comunicación, ley de medios audiovisuales, comunicación y tecnología, medios alternativos, políticas y arte. Hay un especial interés por contar temas de España, y es porque su	Admite comentarios El temario hace referencia a temas de sexualidades, corporalidades (el uso del cuerpo como herramienta política) con mayor frecuencia que las demás publicaciones.

		ocurre en la entrevista a Hebe Uhart en Anfibia.		editor migra a ese país.- Hay entonces, temas y paralelismos, y secciones que reflejan la necesidad de articular realidades o lecturas de la realidad tanto en América Latina como en España y otros lugares de Europa.	
ESCRITURA CRÓNICA	Formato exclusivamente digital	Los textos son cortos, y pretenden presentar una imagen, un cuadro en torno a un tema que articula lo subjetivo con lo social	El diseño se parece al de un blog y es responsivo. Hay un interés particular en sintetizar normativas o criterios de escritura, por lo que posee un manual de estilo.	El tratamiento breve de los temas se ajusta a los modos de lectura o a lo que se cree en torno a los modos de lectura de un público adolescente y joven.	A pesar del interés por un formato específico, y de la extensión de los textos, se da tratamiento a temas sociales de relevancia como la violencia de género, las políticas estéticas en torno a los cuerpos, las mulas del narcotráfico, etc.
BIG SUR	Formato exclusivamente digital	Confluyen variedad de estilos de escritura, en virtud de que sus colaboradores trabajan para distintos medios. Hay textos escritos con estilo más cercano a los medios generalistas pero a la vez la publicación periódica de las crónicas de las fábricas en Ushuaia, donde un periodista hace periodismo Gonzo y cuenta su experiencia es puro periodismo	Más allá de los textos que propone hubo una fuerte campaña para acondicionar las textualidades a demandas más audiovisuales o multimediales de Internet, con spots, y otros recursos.	Su fuerte fue el tratamiento de los temas que no fueron tratados en profundidad en los medios generalistas: minería, petróleo, trata, explotación laboral, farmacias tradicionales, cuestión de pueblos originarios, temas ecológicos y corrupción política, etc.	La página fue dada de baja en un lapso menor al de otras revistas, que incluso mantuvieron sus archivos on line, a diferencia de ésta.

		narrativo.			
DEODORO	Fue inicialmente de papel	Se eligió una sección de periodismo narrativo para analizar en particular, donde confluyó literatura y periodismo. El resto de los artículos tuvieron un estilo ensayístico y editorial.	El diseño para la web fue muy similar al de un blog, con pocas opciones de visualización, dado que el fuerte era el papel.	El temario ultralocal colaboró para dar a conocer textos de autores de la zona.	Admite comentarios.
TELARAÑA DIGITAL	Sólo digital	En un estilo mixto, que utilizó recursos del periodismo generalista y narrativo a la vez.	Diseño similar a otras web magazine.	Su fuerte es el tratamiento de temas vinculados a Derechos Humanos, trata, violencia de género, violencia policial, desapariciones, etc. como también buscó destacar figuras locales (del pasado y del presente).	Admite y tiene participación de los lectores a través de los comentarios.

Cuadros de elaboración propia a modo de “memos” con apuntes de las diferencias entre las publicaciones

c. Estilo

En lo que hace a la revista digital *Ajo*, el estilo se pone de manifiesto en el tratamiento de los temas, aunque las discusiones sobre este punto no están cerradas, dado que el fin siempre es complejizar, encontrar otros puntos de vista para el abordaje de un caso que, incluso, puede ser del orden de lo cotidiano. Por lo dicho, el estilo *Ajo* tiene que ver con desafío, y si se observa lo contemplado en los textos analizados, esa idea está estrechamente ligada al periodismo de investigación y de calidad. En virtud de esto, se deduce que el estilo también contempla aquello que representa el fuerte de la revista, lo que la distingue.

En el caso de *Ajo*, no hubo limitaciones vinculadas a la extensión de los textos, sino que los criterios editoriales que se relacionan con el estilo apuntan más al tratamiento que se da a los temas, con el empleo de distintas fuentes y, como se dijo, con un aliento investigativo. En el marco del género entrevista se destaca una atención especialmente puesta en la entrada, para alejar a los textos de la mera transcripción de preguntas y de respuestas. Lo anterior tiene que ver con que *Ajo* apunta a ser un medio para la reflexión. Por otra parte, la revista pensó al lector desde el estilo complejo, pero con un lenguaje entendible, aunque no admitió comentarios y priorizó la fotografía hecha especialmente para acompañar los textos, por lo que no utilizó material de archivo.

Por otra parte, la revista *Anfibia* apuesta a la conjunción del trabajo académico y periodístico. En torno a su estilo, se deja en claro desde el “quienes somos” que lo anfibio es el cruce de los discursos del periodismo hacia las fronteras académicas y de los discursos de la teoría y el análisis hacia las nuevas narrativas. La publicación busca hacer equilibrio entre esos lenguajes. En torno a los resultados de esa conjunción, la consecuencia ha sido la exploración por formatos y posibilidades y cierto desplazamiento de la crónica al ensayo.

Su editor, Martín Ale, explica que el estilo es igual a construir una mirada propia de hechos que se proponen como exclusivos para la revista pero que pueden no serlo, sino que su recontextualización y los tiempos de publicación favorecen a ese efecto. El estilo además se relaciona con un diseño claro, limpio de distracciones, y es un ejercicio que resulta de la prueba y del error. En este caso, se realizaron actividades gratuitas, se regalaron libros, y se buscó viralizar contenidos ya que lo que se viraliza funciona como la primicia de antes, “esa que salía en tapa y levantaba la cantidad de revistas vendidas después”, de acuerdo a Ale.

Como dijimos, la construcción del estilo y de marca en *Anfibia* es sinónimo además de exploración de lenguajes multimediales, constituyéndose como la revista que más ha hecho al respecto. Fue uno de los primeros ejemplos el documental web hecho en el período estudiado.

(...) salimos a crear una línea de documentales que intenta de alguna manera captar el espíritu de los textos. La realidad es que el primero que hicimos no está bien logrado...pero bueno, lo hicimos con muy pocos recursos, con un equipo que no tenía todavía bien claro lo que quería, había que hacer algo para salir a venderlo, pero si vos lo ves, la realidad es que hay un intento de acercamiento a un personaje, tiene impacto periodístico porque nosotros logramos entrevistar a un preso, un ex preso de Guantánamo que estaba en Uruguay y que se fugó de Uruguay, tiene ese valor periodístico. Pero tiene un problema de acercamiento al personaje, las voces que se eligieron no son las mejores, pero hay un intento por llegar al espíritu del documental y ahora vamos a experimentar con videos 360 para contar algunas cosas y llegar al formato audiovisual que también va a tener su parte transmedia con textos y fotos y demás.

Último Round demuestra que su estilo depende de un mayor grado de apertura y libertad en el uso del lenguaje y en el modo de formular sus propuestas exponiendo un “posicionamiento militante”. Su entrevista propone además un acercamiento más interactivo a los personajes y habilita poner sobre la mesa del lector un posicionamiento político. “Tiene que ver con preguntar y generar debate, con la posibilidad concreta de entrevistar a alguien como un trabajo más compartido; porque pedirle a alguien que escriba un relato es más difícil de lograr, en cambio entrevistar a alguien es más sencillo, tiene que ver con ¿cómo llamarlo? con sensibilidad a la hora de transmitir, es mucho más popular una entrevista que un cuento”, explica Fabricio Lombardo.

Para su editor, resulta importante comprender que el estilo es algo abierto, sujeto a mejora de manera permanente, y que su evaluación implica distinguir, por un lado, el éxito de una nota, y por otro, considerar un componente identitario determinante para todo contrato de lectura.

Yo creo que estuvo bueno cuando entrevistamos a Capusotto, por ejemplo. Ahí coinciden las dos cosas. Tuvo éxito la nota y Capusotto nos representa desde el humor, desde su

manera de decir las cosas, y políticamente tiene mucho para decir, más allá de qué es un raro peronista y nosotros no nos definimos como una revista peronista. Yo qué sé, hay textos de entrevistas, por ejemplo, a veces te identifican un par de entrevistas, cuando entrevistamos a Foster y capaz que al mes lo entrevistamos a Altamira. Ahí por ejemplo la revista son las dos entrevistas, justamente, que se boxeen entre ellos. Sacar una nota sobre Cortázar, Lemebel, los audios de Lemebel (...) me voy acordando de cosas...muchas que nos representan.

Escritura Crónica planteó desde el inicio la necesidad de comunicar con identidad y de diferenciarse. Fue por eso que, tomando como referencia a los textos de *Anfibia*, optó por contenidos de menor extensión, teniendo en cuenta comentarios de lectores. Para Agustina Grasso, en la actualidad, lo indispensable de la crónica permanece, aunque el soporte digital impone un estilo, que en este caso, busca ampliar las comunidades de lectura de la crónica y alcanzar a otros lectores. La idea no es hacer “periodismo para periodistas”, sino ofrecer contenido de calidad para lectores con otros perfiles.

En *Tucumán Zeta*, el estilo tiene que ver con adaptar el legado del periodismo narrativo al soporte digital, haciendo hincapié en el contenido local. Esto se traduce en un criterio de cobertura diferente, que implica hacer un seguimiento al personaje reportado, no atender la agenda de otros medios a menos que la actualidad lo exija (en el período estudiado se registraron dos casos) y trabajar especialmente la conjunción de texto y fotografía. También el estilo se define desde una edición colectiva que discute los temas, brindando libertad para la cobertura de temas tales como los llamados “ultralocales”. Entrevista a Bruno Cirnigliaro, *Tucumán Zeta*.

¿Cómo elegimos los temas? La premisa es que sea de temática ultralocal. Nosotros contamos historias que pasan dentro del territorio de Tucumán, de las ciudades del interior de la provincia. Con esa mirada de profundidad investigativa, de visión estética pero siempre con historias y personajes de Tucumán.

Las revistas que inspiran al equipo de trabajo de *Tucumán Zeta* son *Soho* y *Etiqueta Negra* en sus versiones digitales. Por ende, la apuesta es hacer un producto con historias “bien contadas” como requisito para captar lectores en soporte digital. Los editores consideran que la conjunción de la crónica y el contenido local “universaliza” las historias, llevándolas más allá de las fronteras de Tucumán, permitiendo que los temas se lean en diálogo con otras publicaciones.

También la apuesta de *Telaraña Digital* es contar con un estilo a partir del temario local, relacionado a los Derechos Humanos. Su editor, Alfredo Hoffman, hace referencia a contenidos periodísticos que no buscan exclusivamente fin de lucro, sino que hablan de periodismo social o con una función social. Dicho punto se relaciona al vínculo de *Telaraña* con la Agrupación HIJOS

de Paraná y con organizaciones feministas. Todo lo que se cuenta tiene una mirada política que no se oculta, sino que se pone de manifiesto como condición para el relato.

Islandia nació como necesidad de hacer lectura política de lo que ocurre en Córdoba, territorio considerado como una isla a la cual, a entender de su editor, debe ponerse en diálogo con otras voces y propuestas comunicacionales. *Islandia* surge de un grupo de periodistas que se conocen entre sí desde hace tiempo, y resultó después de varios bocetos y temarios propuestos.

Lo que se buscó al interior de la publicación tuvo que ver con producciones que si bien no parecían tan políticas, fueron esclareciendo esa posición en el período estudiado, y se optó por el ensayo fotográfico y las viñetas. Luego, buscaron atraer a grupos que conformaban circuitos en redes sociales, y a continuación, se apuntó a incluir algunos textos relacionados con la coyuntura. Lo que indicó el editor Leandro Groshaus fue que la construcción de marca y de un estilo propio se aprende al andar, es decir que es el resultado de un proceso de prueba y error. Cada texto tiene una historia detrás en torno a las decisiones que se toman para que la cobertura resulte original, la cantidad de miradas que se proponen, haciendo énfasis en un modo más poético o más provocador, etcétera. El estilo se relaciona entonces con las modalidades de escritura, el uso de fuentes, la lectura digital.

Generalmente tratamos (digo tratamos porque a veces no podemos lograrlo) de que sean producciones cortas pensadas para un consumo web con un lenguaje no muy críptico. A veces escribe un sociólogo o también alguien que trabaja en semiótica te manda un texto que por ahí es muy académico o trabaja con un lenguaje muy propio de la disciplina y ahí sí pedimos que tenga un lenguaje que pueda ser entendible por la gran mayoría de las personas.

Además, el estilo se vincula a las reflexiones en torno al diseño y soporte, sumado a lo que ocurre en otras plataformas como las redes sociales.

Hoy charlábamos con Pablo sobre esta entrevista que publicamos y si la hubiésemos publicado en un formato tradicional, como una entrevista tradicional en la página, estoy seguro que no hubiera generado ni un cuarto de lo que generó. Efectivamente tenemos que ir hacia formatos que hoy la lógica de consumo demanda y la gente consume. En las redes sociales son cada vez más fuertes las propuestas audiovisuales, tenemos que ir hacia eso.

Deodoro buscó “desenmarcarse” de la típica agenda cultural y dar libertad a los redactores en relación a las posibilidades de escritura. No se solicitaron artículos especialmente cortos, sino que se promovía una crítica que tuviese sustancia. Entrevista a Matías Lapezzata:

Quizá está mal usar la palabra “periodístico”, más bien intentábamos hacer una revista que nos gustaba y creíamos que muchas veces se habla de todo un poco sin hablar mucho de nada, entonces

queríamos ir un poco en contra de eso, en un sentido más libre recuperando cosas de Córdoba, sobre todo, sin darle tanta bolilla a lo que sucedía en un marco más grande, tratando de recuperar un poco la ciudad (...) Uno nunca puede representarse una idea de lector, pero al menos, como equipo de laburo, siempre pensábamos en un lenguaje no especializado y en ese sentido, un lector no especializado especialmente en términos académicos, sino que la revista lograra un espectro de intereses amplios, que tuviera un registro de lectura que pudiera ser de comprensión general.

Big Sur también quiso diferenciarse de lo existente en términos de agendas de medios locales y modalidades de cobertura y presentación de los textos. Es cierto que la revista contó con la colaboración de cronistas que trabajaron autogestivamente, que ya eran freelance o que tenían relación de dependencia con medios locales generalistas. En consecuencia, la búsqueda de un estilo estuvo relacionada a las formas de difusión del medio en redes sociales y al uso del género narrativo. La revista conjugó entonces formatos largos como las crónicas con otros más cercanos a la ‘actualidad’, o secciones como ‘contratapa’, y ‘tres minutos de optimismo’ que fueron audiovisuales que ofrecieron noticias en tres minutos con tono humorístico, algo que posteriormente fue explorado a nivel nacional con formatos como los de Filo News⁸¹ o PDB⁸².

La forma de dar a conocer el producto también tuvo una estrategia en Facebook, que apuntó a captar público joven. Una de ellas decía: “te vas a quedar sin batería” o ideas tales como “superamos la grieta” o “tapamos la grieta con ideas”. Para su editor, el estilo de la revista no fue comprendido del todo por sectores políticos, dado que se buscaba mostrar distintos posicionamientos en torno a temas o personajes controversiales. El género narrativo, además, habilitó la posibilidad de presentar distintos ángulos sobre tales temas. Esto resultó distintivo dado que en la región el ejercicio básico para conformar agenda consistió y consiste en “copiar gacetillas”. La descripción del estilo se completó con la entrevista a Pablo Siciliano.

Yo escribo para lo que a mí me gusta. Si voy a hacer algo que yo quiero, no haría una revista para un público que no sea yo. Hago lo que a mí me gusta porque es lo que me gustaría leer a mí. Toco los temas que a mí me interesan, he hecho hasta notas de series de Netflix que veo y me gustan, ¿quién me dice que puedo hacer o no? es mi revista, hacemos los que nos gusta, por eso no fui a chuparle las medias a ningún político para me de garpe. Conozco a todos los políticos de la provincia y a todos los gobernadores de la Patagonia, pero no lo quiero hacer.

⁸¹ <https://www.filo.news/>

⁸² País de boludos (PDB) Disponible en https://www.youtube.com/channel/UCMdE59YbYbSqiZT_DPM4Dg

d. Causas de creación/fin de la revista

Nota: se sintetizan a continuación los motivos de creación de las revistas expresadas y codificadas de acuerdo a similitudes y diferencias. Como señalamos, tres revistas dejaron de publicar en el período estudiado. Interesan entonces tanto las motivaciones manifiestas para iniciar los proyectos como también las causas que llevaron al final o suspensión de la práctica.

En el caso de *Deodoro*, pudimos hablar del tema, aunque en el de *Big Sur* no, dado que al momento de realizar la entrevista se puso de manifiesto una serie de dificultades y proyectos nuevos, aunque no se dijo claramente que la revista dejaría de publicar. En lo que refiere a *Telaraña Digital*, se comprobó que fuera del período estudiado (2012-2016) volvió a actualizar en agosto de 2018 después de más de un año de inactividad. Mientras que todo el material escrito de *Big Sur* dejó de estar on line (no así el canal de YouTube), fue una decisión de los editores de *Telaraña* sostener el proyecto y seguir costeadando el dominio, por lo que a diferencia de *Big Sur*, los textos de la publicación de Paraná estuvieron disponibles en la web en todo momento.

Como ya señalamos, revista *Ajo* es un proyecto amigos y colegas -tres periodistas y una fotógrafa- quienes pensaron la posibilidad de generar un medio en Mar del Plata, en virtud de que algunos se acababan de recibir de periodistas y comunicadores (2015) y no querían trabajar en medios convencionales. Otros colaboradores del proyecto, que sí se desempeñaban en medios generalistas, necesitaban un espacio de expresión para generar un nuevo discurso y al mismo tiempo otra forma de hacer periodismo planteando más tiempo de cobertura, otra relación con la fuente, el dato, la información y con textos en profundidad.

Buscaron entonces crear un medio de segunda lectura, con una forma de organización como cooperativa; un colectivo que incorpora colaboradores -a quienes no se les exige ser académicos-. Sus iniciadores también reconocieron que en Mar del Plata no había un medio de tales características. En principio la publicación fue mensual, y se preparaban siete textos por mes, más un foto-reportaje y dos columnas de opinión. Ese criterio cambió para publicar de manera menos regular, estando siempre atentos a generar material nuevo dentro del mismo mes.

Anfibia se planificó en 2011, y originalmente había sido imaginada de papel. Incluso llegó a armarse un número cero para ese soporte. Cuestiones presupuestarias internas de la UNSAM hicieron que luego se perdiera el presupuesto asignado y hubo que reorganizar el proyecto y los contenidos sobre una grilla mensual (abril de 2011), aunque no se lanzó la revista digital hasta 2012. Con dicha grilla, se planificó el orden en el que saldrían las 20 notas con las que se contaba. Luego, se reflexionó sobre el caso en relación con lo que hacían las demás revistas y medios, tras

preguntar modalidades de lectura a periodistas amigos quienes, a menos que estuviesen siguiendo un tema, leían una o dos notas completas.

A partir de ese momento se decidió publicar una nota al día y apostar a la difusión en redes sociales. Esta idea se cruza con un diseño claro, limpio, donde el lector quiera quedarse. Cuando se pregunta en torno al éxito de *Anfibia*, Martín Ale lo vincula al contexto, a la necesidad de contar con medios interpretativos ante una crisis de autoridad de las instituciones (entre las que se cuentan las noticias y las organizaciones que las producen, es decir, los medios).

Tucumán Zeta surge después de unas vacaciones conjuntas entre amigos, las que tuvieron lugar en Uruguay en enero del 2012. Algunos de ellos se habían conocido en la Facultad de Comunicación y se conformó un trío en el cual el centro en común era Pedro Noli. Allí se comenzó a pensar en algún proyecto común y se mencionó como posibilidad un libro, y luego Noli propuso hacer en cambio una revista de crónicas de Tucumán. Noli fue becario de la FNPI, y fue varias veces a capacitarse a Cartagena. Cuando se les preguntó si había esquemas o teorías sobre la crónica que escribían para la revista, Bruno Cirnigliaro daba cuenta de que lo que se hizo fue llevar el género crónica a Tucumán.

Además, *Tucumán Zeta* logró la colaboración de organizaciones como el Sindicato de Prensa de Tucumán, puso un fuerte énfasis en el dictado de talleres de periodismo narrativo y tuvo la visita y acompañamiento del periodista colombiano Alberto Salcedo Ramos (quien formó parte del grupo Nuevos Cronistas de Indias de la FNPI). También *TZ* es producto de un ejercicio editorial de prueba y error como las otras revistas, y fue actualizando notas nuevas cuando el circuito de difusión de lectura se completaba en redes sociales, por lo que el período de actualización era de dos veces al mes aproximadamente. En cambio, en los inicios, se proponían cuatro crónicas al mes.

Por su parte, “*Islandia* nace más como una necesidad política que narrativa”, de acuerdo a lo que recuerda Leandro Groshaus, editor de la publicación de Córdoba que se creó a partir de un contexto particular, con cierre de propuestas comunicacionales, concentración mediática, y el cambio de gestión gubernamental en la ciudad y en la universidad (que de responder a una línea Kirchnerista pasó a ser radical). Los medios universitarios se vieron parecidos a los comerciales, por lo que se disputaron pautas y no el sentido de los hechos sociales en agenda. De este modo, en 2016, el equipo de *Islandia* quiso “narrar Córdoba” con una publicación que se diferenciara de las ya existentes.

Al principio, y en su primer año, *Islandia* publicó bajo cierta lógica de las revistas gráficas, antecedentes que tenían sus realizadores. Cada quince días se actualizaron cinco notas y

luego se promovían por redes sociales. La propuesta posterior fue de publicar dos notas por semana y también se pensó en un trabajo de curaduría de otros textos periodísticos que querían recomendar.

Escritura Crónica se crea como blog en 2012 y como web en 2016. Agustina Grasso, su creadora, trabajaba en un medio generalista (*Perfil*) y en las universidades de Avellaneda y en La Matanza. La entrevistada dice que la identidad de la revista tiene que ver con textos que no sean extensos, pero también con el territorio, es decir con hacer una revista “pasando la General Paz” porque existe “mucho prejuicio de la gente que vive en la ciudad” en torno a otros sectores, atribuyéndoles situaciones de inseguridad. Ante esto, el proyecto se perfiló en sus inicios como oportunidad de dar talleres en la zona, eventos con cronistas de ese sector para formar alianzas y conseguir redes de financiamiento internacional.

Como ya se ha señalado, *Último Round* tuvo como propósito “militar desde la comunicación”. Fabricio Lombardo, su editor, señala que quienes acompañan dicho propósito asumen desde el inicio el compromiso de elaborar un producto de calidad. Se trata de una publicación que Lombardo continúa a la distancia, ya que en 2015 se mudó a España donde esperaba conseguir ciudadanía, “hacer contactos, trabajar”. A diferencia de las publicaciones anteriores que nacieron digitales, *Último Round* fue primero de papel y luego pasó al formato digital. El objetivo apuntó a “librarse” de los compromisos con la impresión, con el diseño gráfico, la imprenta y sus tiempos. La decisión fue entonces salirse de la revista-objeto de papel, para concentrarse en el contenido digital.

Como ya se ha señalado, *Telaraña Digital* también se hizo primero de papel y luego digital. Se pensó con un estilo de periodismo “narrativo” pero más que nada con un temario que interesó (e interesa) especialmente a sus creadores, que recopila historias asociadas a los Derechos Humanos. La apuesta en el formato digital es a la sección vida cotidiana, teniendo como objetivo ofrecer otra mirada de temas sociales. *Telaraña* dejó de actualizar su web a mediados de 2016. Las causas se atribuyen a situaciones personales de sus cuatro editores, quienes estaban abocados a otros proyectos y ya no podían dedicar tiempo a la revista. A eso se sumaron dificultades para conseguir auspiciantes y de pago para el núcleo de editores u otros colaboradores. No obstante, en el momento en el que se realizó la entrevista con Hoffman (2016), éste no descartaba volver a publicar y el dominio se mantuvo on line. Fuera del período estudiado, la revista comenzó a actualizar nuevamente en agosto de 2018.

Big Sur fue pensada digital, iniciativa de dos hermanos que la planificaron y lanzaron en 2016. Pablo Siciliano no estaba haciendo periodismo, había trabajado en un diario y en una consultora de comunicación y después de cuatro años quería volver a la práctica. De ese modo surgió la idea de hacer una revista digital patagónica, que no estuviese detrás de los hechos de

actualidad o de la agenda local sino con textos que estuviesen firmados y propusieran análisis político, economía, cultura, humor. La fórmula fue tratar otros temas de manera distinta a como los presentaban los medios generalistas locales, y para eso, se dio libertad a los colaboradores y se sugirió un tratamiento que tuvo en muchos casos el aliento de la crónica.

Siciliano no habló en torno al final de la publicación en específico, pero sí la anticipaba al momento de realizar su entrevista en 2017. En ese momento, indicaba que gracias a *Big Sur* había logrado la oferta de otros trabajos de edición de video y publicidad, y por el poco tiempo con el que disponían tanto él como su hermano no podían abocarse a la búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento para la página.

Deodoro se produjo primero en papel, mientras el soporte digital fue más que nada un testimonio de lo realizado, por lo que no logró una web con independencia propia, lo que puede notarse en su diseño muy similar al de un blog. La publicación no dependía de las ventas, ya que tenía un presupuesto asignado por la UNC. El fin de la publicación tuvo que ver, de acuerdo al relato de Matías Lapezzata, con el cambio de gestión en la editorial de la universidad.

La revista se dejó de publicar en papel en mayo de 2016. Tiene que ver con una cuestión política. En ese nivel que se manejaba, que estaba directamente ligada al rectorado, quedó sujeta a los proyectos con los que comienzan las gestiones. Creo que la revista de ahora estaba profundamente identificada ideológicamente con una gestión que es la que dejó la universidad el año anterior. Cuando asume la nueva gestión nunca se supo bien qué iba a pasar, podría haber continuado como una especie de marca de la editorial, pero hubo intereses de la gente que históricamente estaba laburando y especialmente Diego Tatián quiso mantenerla. Se originó como una disputa en torno a la marca y finalmente creo que Diego Tatián logró quedarse con esa idea para hacer algo eventualmente. El ya no dirigía la editorial, tampoco hizo nada con la revista hasta el momento y quedó como suspendido el proyecto, pero algo se va a hacer probablemente.

En síntesis, la creación de una publicación tiene que ver con la construcción de marca, nombre, estilo, y más que nada se relaciona al contexto que originó su surgimiento (y final, en los casos correspondientes). Dentro de esta categoría, aparecen puntos de encuentro entre los dichos de los entrevistados: un sistema de medios concentrado, con un periodismo generalista que sostiene un temario limitado, homogeneizante y modos de tratamiento acotados. Pero también, surgen otras causas: la necesidad de escribir sobre otros temas, como la de dialogar con publicaciones similares a partir de la narración desde y de las ciudades y regiones.

ACTUALIDAD ([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTAS/ACTUALIDAD](http://www.bigsur.com.ar/NOTAS/ACTUALIDAD))
NOTA-EN-EL-CORAZON-DEL-MONSTRUO ([HTTPS://TWITTER.COM/SLARE?](https://twitter.com/SLARE?COMAR%2FNOTA%2FEN-EL-CORAZON-DEL-ELATED-BGSUR%2CTWITTER%2FHASHTAGS-BGSUR%2CDEMO&TEXT=ACTUALIDAD))

EN EL CORAZÓN DEL MONSTRUO ([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTA/EN-EL-CORAZON-DEL-MONSTRUO](http://www.bigsur.com.ar/NOTA/EN-EL-CORAZON-DEL-MONSTRUO))

PABLO RIFFO SE EMPLEÓ EN UNA FÁBRICA FUEGUINA Y EXPERIMENTÓ EL VÉRTIGO Y LA ANGUSTIA DE SUS TRABAJADORES.

Por Pablo Rifo (<http://www.bigsur.com.ar/autores/pablo-rifo>) / 22-07-2016

Yo nunca había trabajado en una fábrica aunque lo intenté. La primera vez fue en 2009 pero, en ese entonces, era imposible incluso lograr que alguien te abriera la puerta para dejar tu curriculum. En 2010 lo volví a intentar, tres años después me abrieron la puerta y me contrataron. En 2011 me trasladaron a una fábrica de fuegos artificiales en la zona de Funes, a unos 100 km de Buenos Aires. Allí me enteré que el dueño de la fábrica era el mismo dueño de la fábrica de fuegos artificiales que había trabajado en la fábrica de fuegos artificiales en la zona de Funes. En 2011 me trasladaron a una fábrica de fuegos artificiales en la zona de Funes, a unos 100 km de Buenos Aires. Allí me enteré que el dueño de la fábrica era el mismo dueño de la fábrica de fuegos artificiales que había trabajado en la fábrica de fuegos artificiales en la zona de Funes.

LO ÚLTIMO DE BIG SUR

- 1 | A PESADO DE BENETTON
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTA/A-PESADO-DE-BENETTON](http://www.bigsur.com.ar/NOTA/A-PESADO-DE-BENETTON))
ACTUALIDAD
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTAS/ACTUALIDAD](http://www.bigsur.com.ar/NOTAS/ACTUALIDAD))
Por Cecilia Francisco
(<http://www.bigsur.com.ar/autores/cecilia-francisco>)
- 2 | LAS FARMACIAS MAPUCHES EN EL CENTRO DEL CAPITALISMO
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTA/LAS-FARMACIAS-MAPUCHES-EN-EL-CENTRO-DEL-CAPITALISMO](http://www.bigsur.com.ar/NOTA/LAS-FARMACIAS-MAPUCHES-EN-EL-CENTRO-DEL-CAPITALISMO))
CONTRATAPA
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTAS/CONTRATAPA](http://www.bigsur.com.ar/NOTAS/CONTRATAPA))
Por Cecilia Amara Zappi
(<http://www.bigsur.com.ar/autores/cecilia-amara-zappi>)
- 3 | CHARLY Y LA MÁQUINA DE SER FELIZ
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTA/CHARLY-Y-LA-MAQUNA-DE-SER-FELIZ](http://www.bigsur.com.ar/NOTA/CHARLY-Y-LA-MAQUNA-DE-SER-FELIZ))
ACTUALIDAD
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTAS/ACTUALIDAD](http://www.bigsur.com.ar/NOTAS/ACTUALIDAD))
Por Pablo Scallano
(<http://www.bigsur.com.ar/autores/pablo-scallano>)
- 4 | 140 VELAS PARA SAN LORENZO
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTA/140-VELAS-PARA-SAN-LORENZO](http://www.bigsur.com.ar/NOTA/140-VELAS-PARA-SAN-LORENZO))
ACTUALIDAD
([HTTP://WWW.BIGSUR.COM.AR/NOTAS/ACTUALIDAD](http://www.bigsur.com.ar/NOTAS/ACTUALIDAD))
Por Big Sur
(<http://www.bigsur.com.ar/autores/big-sur>)

La revista Big Sur dejó de estar disponible on line

e. Contenido local

El estilo equivale a estrategias de ejercicio del periodismo, de criterios editoriales y determinaciones en la escritura y en el diseño que diferencian a las revistas de otras y a su vez de los medios generalistas.

En relación con lo anterior, la producción de contenido local es una dimensión del estilo, y refiere a contar una historia que ocurre en la ciudad, en la provincia o región donde se supone que se encuentran o reconocen a sí mismos los lectores, aportando datos de anclaje a través de la misma narración, proponiendo personajes, escenas, lugares y territorios geográficos y simbólicos, conocidos y reconocidos.

Debería plantearse en principio una paradoja: estos medios digitales fueron realizados desde distintos puntos del país y pudieron ser leídos más allá de sus zonas de influencia; no obstante, lo local continuó siendo formulado por los entrevistados como atractivo posible para los destinatarios a los que buscaron fidelizar.

La publicación de contenido local también pone en diálogo a la revista con otras similares y a la vez la distingue, ofreciendo un rasgo identitario. El contenido local apunta a promover el propio lugar, a revalorizarlo como espacio de producción social y cultural y ciudadano, por lo que la labor periodística asumida es exhibir, dar voz y ayudar a la reflexión. Viendo a las revistas como un todo, este tipo de periodismo hace referencia a lo que ocurre en diferentes zonas del país en contraposición a una noticia coyuntural o que espectaculariza a sus protagonistas. Entrevista Bruno Cirnigliaro de *Tucumán Zeta*.

Acá leemos noticias que pasan en todos lados pero menos en Tucumán. Sabemos con lujo de detalles cuál es la esquina más insegura de La Matanza, el asalto que se ha producido en Barracas, qué ha pasado en la villa de Rosario, pero acá en Tucumán poco y nada, y siempre con esa mirada muy superficial, de que las personas que te cuentan algo son fuentes y no son personas. No tienen historia ni nada según los medios tradicionales. Entonces cuando surgieron nuestras crónicas cuando empezaron a aparecer con lujo de detalles, historias contadas que suceden en Tucumán, a la vuelta de tu casa con personas que vos decís, che el panadero este lo conozco, el loco que saca fotos de mujeres desnudas vive a la vuelta de mi vieja, o le sacó fotos a mi ex-novia., qué se yo, empiezan a sacar esas identificaciones que surten mucho efecto y que acá en Tucumán resultan muy atractivas. La gente se lee un poco en esa historia. No te lo digo yo, sino porque nos lo han dicho millones de veces, cuando hablamos en algún lugar y que eso pase a nosotros nos encanta (...) Esa mirada ultralocal, grandes crónicas de lo que pasa en Tucumán que es una provincia argentina, muy chiquita, y muy lejana y alejada de todo, ha generado mucho. Intentamos darle una universalidad al texto, más allá de la mirada ultralocal tratamos de que -eso se refleja también en la elección de los temas- (...) con cada uno de los personajes tratamos de darle esa universalidad, más allá de la jerga, de los lugares, de los escenarios donde transcurre la historia, bueno, que también pueda ser leído por gente de otros lados y que digan, mirá que también puede haber pasado acá.

En el caso de *Tucumán Zeta* en el período estudiado se inauguró la sección “Crónicas de allá”, para dar espacio a otro tipo de historias narradas desde otros lugares; no obstante, lo “ultralocal” es el fuerte de la publicación. Otra revista que da lugar a relatos que se circunscriben a otros puntos geográficos es *Último Round*, que escribe textos desde y sobre España.

Cuando nos referimos al tratamiento hacemos hincapié no sólo en la manera de reportear y escribir un tema sino también a la elección de un género narrativo como la crónica, la entrevista o el perfil que permitían ese doble juego: el de ambientar los hechos a la vuelta de la esquina y a la vez dotarlos de universalidad para que otro lector, muchas veces del interior del país, se identifique con lo que está leyendo. Si bien supimos de varias publicaciones de periodismo narrativo en la provincia de Córdoba, lo cierto es que este tipo de experiencias no abundan en los territorios, por lo que el contenido local en combinación con otros modos de abordar los hechos y las historias se

constituye como una práctica diferenciadora desde su génesis, pero también emerge como un modo alternativo de producir conocimiento colectivo e identidad.

En consecuencia, el contenido local se relaciona con el temario de los medios generalistas: es necesario reeditar los temas o dar voz. En la mayoría de los casos la información va acorde a una dimensión experiencial y autorreferencial que habilitan los géneros narrativos y que los separa de tratamientos estigmatizantes, cargados de juicios de valor o asignados a secciones determinadas como casos policiales, judiciales o de inseguridad, cuando a la vez en las revistas fueron presentados desde distintos puntos de vista y con el uso de variedad de fuentes.

A continuación, trabajamos los criterios editoriales generales, categoría que establece una relación fuerte con los distintos géneros y el temario.

• ¿QUÉ ES TUCUMÁN ZETA? • REDACCIÓN ZETA • UNIVERSO ZETA • CONTACTO •

TUCUMANZETA
LA CRÓNICA DE ACÁ

Crónicas de Acá · Bitácora · Visuales Zeta · Crónicas de Allá

Crónicas de Acá

El Gordo Moneda tiene nombre

Alguna vez lo vieron feliz en Barrio Sur. Y ahora, habla desde su ocaso el mendigo más nombrado de acá, a quien conocés, pero que no sabés quién es, ni por qué lo escondió su madre,

En una calle oscura, ellas ríen

Adolescentes bien vestidos, rugbiers corpulentos, médicos elegantes y parejas curiosas las buscan en la noche y les pagan para satisfacer placeres inconfesables. La historia de

Envía tus consultas, sugerencias y propuestas

línea directa con la Redacción de Tucumán Zeta

Nuestras historias en tu correo

Tucumán Zeta y el tratamiento de temas ultralocales que buscan ser universales

6. Criterios editoriales generales

Refiere a los lineamientos organizativos, de reporteo y de escritura de los textos y elaboración general de las revistas establecidos por los editores o el núcleo duro de cada publicación. En lo que hace a la escritura, *Escritura Crónica* es el único caso del corpus en el que un medio nacido digital vuelve explícitas estas recomendaciones para la escritura en un formato tradicional como lo es el manual de estilo (en soporte también digital). En el documento aparecen

como requisitos para esta publicación que: “la historia no sea de ficción, que su escritura no sobrepase los 4 mil caracteres, usar recursos literarios, pensar el tipo de narrador, utilizar metáforas, anáforas, enumeraciones, descripciones y escenas, y poner especial cuidado en el uso de lenguaje transmedia con fotos, videos y/o audios”. Las recomendaciones se destinan más que nada a posibles y nuevos colaboradores como parte de la gestión para la participación en el proyecto. Entrevista a Agustina Grasso.

(...) cuando nos contacta una persona que no conocemos, le pedimos que nos mande escritos, después nosotros le mandamos el manual de estilo para que también vea porque son textos cortos, personales, no tienen una manera particular de estar escritos, no es que aceptamos cualquier cosa que nos mandan, porque muchas veces nos mandan cosas más poéticas o más literarias que no tienen nada que ver con el sitio. Ahí tratamos de conocer al cronista, no es que aceptamos a cualquiera, hay bastante filtro de las personas que nos escriben. Después, por otro lado, está esto que te digo de ex compañeros míos de la universidad, hay unos chicos que escriben crónicas de viaje, se llaman “Relatos de Mochila”, tienen cuenta en las redes, ex alumnos. Tratamos de conocer al que escribe, que hace un buen laburo, porque a todo esto los textos tienen varias idas y vueltas, no es que los mandan y lo publicamos. Tenés que tener una relación con el cronista, que sepa qué hacemos.

Los criterios editoriales y los de escritura se manifiestan como condiciones que ayudan a unificar prácticas al interior de cada proyecto. En ese marco el manual de estilo es una norma que regula el tratamiento de la información. Es llamativo en este punto que dicho documento no hace énfasis en un aspecto característico de la crónica como lo es el reporteo, entendiendo que quizá se trata de un aspecto más vinculado con las posibilidades y libertades de cada colaborador ante procesos de individualización del trabajo del cronista. Por otro lado, sí se pone atención a la extensión, a la autorreferencialidad o al uso de la primera persona, aunque alcanzando calidad informativa.

Un punto interesante además tiene que ver con que los criterios editoriales -para la organización del trabajo periodístico- solían ser aprendidos en la redacción y en la lectura del producto- aunque ahora la edición no siempre tiene contacto presencial con el colaborador y está en otro lugar físico, por lo que las interacciones entre editores y cronistas se establecen mediante aplicaciones y programas.

En el caso de *Ajo*, corresponde al periodista determinar qué ángulo de los hechos quiere presentar para contar algo distinto a las noticias coyunturales o de la prensa en general, aunque sí se constituye como criterio el hecho de tener que “llamar a la reflexión al lector”.

En ese sentido, se consultó por criterios de noticiabilidad (de importancia o interés al interior del medio y en relación con sus lectores). En el marco de su entrevista, Agustín Marangoni explicó que las sugerencias de los editores de *Ajo* apuntan a lograr algo nuevo mediante la conjunción del modo de escribir de un periodista y un tipo de cobertura particular. Los criterios en cuanto a tiempos de entrega también son relativos a la disponibilidad del cronista y no se imponen. Sí ocurre, en algunos casos, que se lo consulta para establecer una modalidad acordada de presentación del material fotográfico que acompaña al texto.

Más de una vez, les he mandado por mail tres o cuatro párrafos o un boceto de la nota. Viste que empezás a escribir y está medio en borrador y le decís: “mirá, voy por acá, fijate cómo la encaré, cuál es el tono y hacé las fotos”. E incluso también hay veces que viene el fotógrafo conmigo, por ejemplo cuando entrevisté a Hernán Casciari, el fotógrafo vino conmigo, escuchó la nota y ahí mismo hizo las fotos. Pero también pasa que hago la nota por mi cuenta y el fotógrafo hizo una cobertura del texto más o menos conociendo la línea del texto que iba a encarar, con dos consignas, con dos frases sueltas, nada más.

Por lo antes dicho, el cronista puede o no coincidir en tiempos de cobertura con el reportero gráfico. A la vez, es posible establecer que los contactos entre colaboradores y editores se realizan por correo electrónico, vía por la que también se da seguimiento y por la que se efectúa la entrega de los textos ya terminados. No obstante, no en todas las publicaciones el seguimiento se realiza de igual modo. En *Tucumán Zeta*, los editores son a la vez colaboradores y amigos, por lo que las recomendaciones se dan muchas veces en encuentros interpersonales.

La edición es a tiempo completo. Se trata de nutrir el texto de escenas, miradas, perspectivas. El editor es un guía, ayuda a encontrar el personaje, buscar o construir escenas que además sean creíbles. Editando se administran mejor los recursos de la escritura. La elección e incorporación de una cita, por ejemplo, se revisa en la edición. Como estrategia funciona el ejercicio de quitarla y leer el texto, ver cuál es su potencia; si es algo contundente y fuerte o simplemente no vale la pena. A veces esas cuestiones se depuran allí. La edición también da pie a la pregunta ¿cuándo pensamos que la reportería está terminada? No hay una respuesta, básicamente se trata de intuición: cuando el cronista siente que ya está. La extensión de la crónica no importa, puede incluir la profundidad que se le dé a determinado tema. Lo importante es la completitud, es decir, que esté todo lo que tiene que estar, que sea sólida.

Recordemos: en *Tucumán Zeta* la edición se constituye como proceso colaborativo entre personas que poseen un vínculo de amistad. No obstante, la naturaleza de los vínculos entre el resto de los editores y de editores con colaboradores no siempre es de amistad sino también de afinidad ideológica, compañerismo, admiración por la escritura del otro, etcétera.

En el caso de *Telaraña Digital*, la edición digital introdujo cambios en la edición colaborativa.

En el soporte de papel era una producción grupal porque yo decía “estoy trabajando sobre tal tema” y otro compañero, que a lo mejor era el diseñador, decía: “bueno yo conozco en mi barrio a una persona que te puede dar testimonio sobre eso” o “estaría bueno que le busques otra vuelta” o “a esto le podemos sumar esta ilustración” o “podemos hacer para la portada esta producción de fotos”; era un trabajo grupal en el que cada uno hacía su aporte para que el producto saliera mejor, teníamos instancias de encuentro, si bien no había una redacción instalada porque cada uno trabajaba desde su casa, sí había reuniones semanales o quincenales en las cuales hacíamos como una producción grupal de la revista y después, todo el proceso de armado, -no lo hacía una persona sola o lo hacía uno solo pero siempre contaba con el aporte o la colaboración de los demás (...)- en la versión digital es más solitaria la producción por esto de que no se generan oportunidades de encuentro, esa fue una de las razones por las cuales frenamos porque cada uno hacía su nota casi en solitario, independientemente de lo que estaba trabajando el otro, si bien sí tenemos la costumbre de socializar el artículo antes de publicarlo, cosa de que el otro vea, a lo mejor, los errores que uno no vio o haga el aporte que considera necesario, eso era una vez que la nota ya estaba terminada.

En lo que refiere a la escritura, en la mayoría de los casos se redacta de la misma manera que para el papel. En su entrevista, Alfredo Hoffman expresó que los textos que se recibían se publicaban porque los lectores y colaboradores ya conocían el estilo de la publicación. Si el estilo no coincidía, se publicaba de todos modos, valorando el aporte.

No es que estamos exigiendo mucho pero cuando decidimos publicar tiene que ser algo digno en cuanto a cómo está hecho el texto. Hoy en día hay una confusión con esto de las redes sociales de que cualquier texto es publicable y por ahí hemos recibido algún material que era más propio de un posteo en Facebook que a una nota. Nosotros estamos haciendo periodismo, no estamos haciendo sólo opinión, sólo ponemos lo que nos parece de algo, sí hacemos columnas de opinión por supuesto, pero siempre de modo periodístico, contando algo parándonos como periodistas y con lo que se supone que debe tener una nota periodística que es tener datos, historización de la temática, no solamente lo que yo quiero opinar sobre tal tema, entonces en alguna ocasión nos ha pasado de no rechazarlo pero sí decirle “mejoralo” o “fijate esto, cómo le podés dar una vuelta para que sea periodístico”.

El entrevistado también explicó que el núcleo duro de trabajo en *Telaraña Digital* fue de cuatro personas (e incluso por momentos de tres) por lo que conseguir a otros periodistas y escritores que aportaran textos resultaba indispensable. La mayoría de los colaboradores eran amigos o conocidos del núcleo editor y los textos que compartieron eran crónicas aunque también hubo de ficción en la sección “Imaginarios” o historietas en la de las “Historietas por la identidad”.

En *Islandia*, el núcleo duro se constituye con dos editores (Leandro Groshaus, Pablo Carrizo) y un grupo mayor que colabora -algunos con mayor asiduidad que otros-; en el caso de *Deodoro*, la recepción de propuestas dependió del número y tema que se estuviese trabajando. De acuerdo a la entrevista con Matías Lapezzata (*Deodoro*), hubo distintos roles de personas encargadas de diferentes secciones de la revista. En varias ocasiones, el equipo de redacción pensó los tópicos y en personas puntuales que realizaran la escritura vinculada a dicha temática.

Era una cosa bastante libre. Había como una agenda que sí llevaba adelante un núcleo más duro como yo que era el secretario de redacción o el director en cada caso y alguna otra persona, pero se armaban reuniones periódicas de muchas personas, por momentos había como un consejo editorial también que fue cambiando en cada gestión y la idea era evaluar como un concepto general para cada número, o recibir propuestas de notas que traían y las propuestas llegaban de todos lados. Se discutía un poco en una mesa cuáles eran las notas que aceptábamos, bajo qué premisas, etc. Y era una discusión bastante abierta entre muchos participantes, siempre había una decisión fuerte de quien dirigía la revista, era como la última palabra, pero la revista intentaba estar abierta a muchos sectores, incluso se tomaron momentos para lograr el consejo editorial, pasantes de facultades de la universidad, a través de programas de extensión universitaria.

Además, se indicó que la sección cuentos y crónicas de *la Gaceta Deodoro* surgió en la creación de la plantilla del blog donde la revista de papel tuvo apoyatura. No obstante no hubo una planificación específica de la sección de crónicas, aunque en la revista de papel hubo números enteros dedicados al género donde se publicaron los textos ganadores de concursos con los que se trabajó de manera articulada a nivel nacional. Otras veces se publicaron crónicas sin que se enunciara al texto como tal. Por ende, la elección del género no fue la apuesta de estilo de la revista sino una posibilidad de expresión más por la que podía o no optar el escritor o colaborador.

En el caso de la revista *Anfibia*, Martín Ale puso acento en el vínculo que es necesario crear en estos proyectos y con los colaboradores para establecer tanto los criterios de escritura como las posibilidades de trabajo conjunto.

Si un académico me manda un documento de Word lleno de marcas, sin ninguna explicación, sin nada, si nunca me vio la cara, si nunca me tomé un café con él, lo que voy a generarle es un rechazo. Me va a decir, no nos vimos nunca y me devolviste esto todo corregido, yo no quiero escribir más acá. En cambio, si ya me conoce, si nos tomamos un café un día, si hablamos por teléfono otro día cuando recibe una devolución la mira con otros ojos, una devolución que no es para vengarme sino para que el texto crezca, cambie. Y el primer acierto es tener una persona así, (una persona que gestione el vínculo de la revista con los académicos) porque el primer ablande ya me lo hace ella, aparte el trabajo de esa persona, su rol, es que la mayor cantidad publique.

El entrevistado también compartió que, al interior de la edición de *Anfibia*, las preguntas de los colaboradores académicos -y las reflexiones en torno a la publicación on line- fueron inevitables. En su opinión, la extensión de los textos se equilibró con las virtudes de la crónica y con las herramientas que el género brinda para lograr interpretar un fenómeno. Para Ale, el género narrativo ofrece, más que otros aportes, una “densidad específica”. Sostiene que “si no la tiene, contar por contar es sólo un ejercicio de estilo. La crónica ordena la cabeza del lector. Lo que hace un texto de *Anfibia* es que le ordena las ideas e incluso lo provoca”.

Establecemos además como subcategoría a la edición colaborativa. Consideramos que el proceso que realizó *Tucumán Zeta* en el período estudiado es ejemplo claro de dicho concepto.

Cada uno escribe una crónica y todos editamos todo. Cada crónica que se publica pasa por los ojos de cada uno de los editores. Somos cuatro, escribo mi crónica se la mando por mail a Pedro, al pollo (Ezequiel) y a Diego. Ellos tres la leen, me hacen una devolución por escrito, y a la semana siguiente, además hacemos una mesa redonda, donde el texto lo ponemos en pantalla y cada uno hace una devolución oral donde explican, aconsejan, recomiendan cuestiones que tienen que ver con el texto. La verdad es que el resultado termina siendo diferente porque cuando pasa por las otras tres personas y la correctora, que es una cuarta persona, se hace una edición gramatical, ya la crónica adquiere una identidad colectiva, y a nosotros nos interesa mucho eso: tener la mirada del cronista pero también una identidad colectiva a raíz de las recomendaciones que se han ido volcando sobre ese texto.

Los temas a trabajar se someten a un debate previo y se solicita que la temática sea ultralocal. La redacción y edición de *Tucumán Zeta* está formada por Pedro Noli, Ezequiel Svetliza, Bruno Cirnigliaro y por Diego Aráoz como editor fotográfico. En el período estudiado, los cuatro tuvieron reuniones semanales para definir temas, aspectos de edición, o se determinó qué fotografía iría con un texto.

Bruno Cirnigliaro explicó que los tiempos de reportería están relacionados a la cantidad de material con el que cuentan los editores. Si hay material, el reporte se puede extender en el tiempo. Precisamente, una de las tareas del editor es dar aire a las publicaciones en términos de tiempo de elaboración coordinando las entregas.

En la práctica nosotros demoramos 40 días, dos meses para tener una nota lista, esa es la verdad, de ahí vos tenés como varias etapas. La de reportería, la parte investigativa, el compartir con el personaje, entrevistarlo muchas veces, tener otras fuentes alternativas también, bueno, el laburo de campo. Después viene la parte de desgrabar eso, a ver todo lo que tenés y construir la arquitectura de la historia con eso.

Los criterios editoriales que pesan en la escritura tienen que ver con la búsqueda de estilo. Se exige limpieza de los textos, claridad, un atractivo que suscite el interés (sostenimiento de la intriga, ritmo), hay un cuidado especial en los principios y finales y se espera que la historia “fluya” mediante la presentación de personajes, de uno o más conflictos, de escenas y de acciones.

Fabrizio Lombardo, referente de *Último Round*, destaca que la labor de editor se aprende en el proceso de llevar adelante un proyecto independiente. En las redacciones tradicionales, según su testimonio, las relaciones son sumamente impersonales. En cambio en otro tipo de publicaciones, el trato es diferente e implica tener “tacto” y aprender a establecer esas relaciones.

Por otra parte, la forma en la que los textos se eligen, los criterios editoriales, tienen que ver con propuestas de editores y colaboradores vinculadas a temas que pudiesen interesar a los lectores. Muchas veces en virtud de la construcción de ese estilo colectivo es que los colaboradores ya saben qué proponer. Fabrizio Lombardo aseguró que el azar cumple un rol interesante, dado que las colaboraciones también son producto de nuevos contactos que se establecen. Las pautas compartidas no garantizan que una vez reunido el material haya una selección de todo lo que se recibe. En el caso de la entrevista, (que es el subgénero fuerte de la revista) el trabajo de selección (gatekeeper) resulta diferente.

Lombardo cuenta que:

A la edición la suelo hacer yo, así que todo lo que se ve de títulos resaltados, los suelo elegir yo. Es trabajo mío y lo hago usando -sí- cierto grado de informalidad y tratando de rescatar eso, y cuando le proponemos a alguien que entreviste a otro alguien se dan pautas, por ejemplo: (justo la que dijiste) descripción de la escena, nivel de informalidad, preguntas concisas, buscar lo cercano, lo sensorial, concreto, menos abstracto, repreguntas. Lo que sí, no preguntar lo que sabés que te va a responder, sino justamente ir con la representa para lo que sabés que te va a decir. Se quiere buscar el hueco, la grieta, aunque la persona que estás entrevistando sea genial, buscarle la grieta.

En síntesis, la labor editorial requiere de criterios que unifican el estilo en virtud de los modos organizativos de las publicaciones. Dichas formas organizativas resultan del trabajo colectivo adónde a veces más de un editor interviene o sugiere e interactúa con las propuestas tanto para determinar qué tema o idea se volvería texto o cómo y de cuál manera, es decir, utilizando cuál abordaje (periodístico y literario general).

Los editores conforman un núcleo duro de personas que trabajan de manera permanente para la publicación, los cuales pueden estar remunerados o no, y casi siempre el rol de editor se

corresponde con la de fundador de la publicación. En varios casos, se pone mucha atención a la calidad del vínculo con los colaboradores, en parte porque no cuenta con redacciones físicas a la usanza tradicional y no hay tanta interacción como solía haber, por lo que además el intercambio se da mayormente de manera virtual. Los criterios de escritura pueden o no considerar extensión de los textos, y se centran más que nada en la elección del tema y tratamiento.

Tampoco hay criterios rígidos en torno a los tiempos de entrega de un texto, sino que más bien se generan acuerdos con el cronista en torno a los plazos posibles.

Encontramos de este modo que los criterios editoriales presentan una relación fuerte con el rol del editor en términos de aquellas tareas que se sumaron a la labor editorial en el marco de páginas web y proyectos autogestivos.

Por ejemplo, de los tiempos que demandó la crónica para su escritura se deriva que el rol del editor no consiste sólo en leer y modificar los textos para su publicación y también escribir, sino que además se indaga en otros sitios -es decir que tiene que leer para estar al tanto del trabajo de escritores y cronistas que colaboran con otras revistas- e invertir tiempo en la gestión de vínculos siendo además curador de información. No obstante, como el rol muchas veces implica ser también el responsable final de las publicaciones, a las tareas anteriores se añade la aplicación o diseño de estrategias de financiamiento, publicación y circulación. Además, el editor muchas veces sugiere y ayuda a coordinar la fotografía que acompaña a los textos; y es organizador o parte de la organización de la difusión del producto cultural como también de los talleres formativos. Abordamos otros roles en el siguiente apartado.

7. Staff-colaboradores

En general, las redacciones están conformadas por un pequeño grupo de personas que pueden ser desde una o dos y hasta alrededor de seis. Dichos grupos fueron integrados por periodistas pero también por fotógrafos y diseñadores, y el núcleo o mesa chica trabaja con un grupo mayor de personas que colaboran en distintas modalidades.

En la revista *Ajo*, Federico Polleri más cinco personas más (Romina Elvira, Federica González, Damián Ferreyra, Melina Antonucci y Pablo González) definen la línea editorial, los textos y la fotografía y conforman el núcleo duro del trabajo editorial. En *Tucumán Zeta*, Pedro Noli, Bruno Cirnigliaro, Diego Araoz y Ezequiel Svetliza integran ese núcleo. En *Escritura Crónica* editan Agustina Grasso además de dos personas más, y se cuenta con la colaboración de Cynthia

Finvarb quien, en el período estudiado, se encargó de todo lo referente a administración de mails y gestión de redes sociales

En *Telaraña Digital*, además de Alfredo Hoffman, editaron Gisela Romero, Silvina Mernes y Betiana Spadillero –quién dejó de participar al mudarse a Rosario-, además de tener cuatro colaboradores habituales.

En *Islandia* son dos editores: Leandro Groshaus, quien se encarga del contenido periodístico, y Pablo Carrizo, quien trabaja la parte literaria de la publicación. Desde *Islandia* aseguran que cuentan con distintos grupos de colaboradores más y menos asiduos, entre quienes se cuentan además diseñadores gráficos, “gente que estudió comunicación, gente que estudió cine, gente no estudió nada, poetas”, cuya participación depende básicamente de establecer “un compromiso personal” con la revista.

En *Deodoro* hubo un consejo editorial (Roció Longo, Guillermo Vázquez y Matías Lapezzata), además de un consejo de redacción que planificó los números, más tres o cuatro personas más, y un grupo de unas 25 personas que colaboró con la revista. Este último grupo que fue el que más rotó. Lapezzata recuerda que la dirección cambió en varias oportunidades poniendo una impronta distinta a las ediciones.

Último Round tiene como editor a Fabricio Lombardo además de tres o cuatro colaboradores asiduos, a quienes se suma un grupo de artistas y periodistas que hace aportes, quienes, de acuerdo a lo señalado por el entrevistado, en mayoría trabajan como docentes e integran distintos colectivos y agrupaciones.

La creación de la revista estuvo vinculada a la cooperativa Ladrán Sancho, que conjuntó proyectos de estudiantes de comunicación de Luján, provincia de Bs As; aunque en el período estudiado Lombardo editaba los textos desde España.

Big Sur fue una creación de dos hermanos: Pablo y Diego Siciliano, quienes gestionaron la participación en el proyecto de alrededor de 70 periodistas patagónicos freelancers o integrantes de redacciones de diarios locales.

Anfibia tiene a Cristian Alarcón y a Martín Ale como director periodístico y jefe de redacción, respectivamente. Ambos conforman un grupo de trabajo o mesa chica que tiene alrededor de una decena de personas. De igual modo *Anfibia* es el proyecto más numeroso en cantidad de colaboradores. Al momento de elaboración de este trabajo había tenido 360 (2016), presentados en su web y clasificados como “académicos”; “cronistas”, “fotógrafos” e “ilustradores”.

Organigrama de revistas especializadas (periodismo literario digital)

Esquema representativo de los equipos y modos de organización en las revistas del PLD

8. Redacción física u online

En el período estudiado, dos de las revistas tenían espacios asignados y oficiales para el trabajo del núcleo duro de editores (*Ajo* y *Anfibia*). Mientras que *Anfibia* comparte oficinas con *Cosecha Roja* y las utiliza para distintas actividades, en el caso de *Ajo*, su espacio se acondicionó de manera colectiva y se inauguró tiempo después de que saliera por primera vez la publicación, teniendo como objetivo recuperar el espíritu de las redacciones tradicionales. El resto utiliza como lugares de interacción cafés u otros lugares, o mensajería de aplicaciones como WhatsApp, llamadas telefónicas, correo electrónico o incluso el chat de Facebook.

Criterios editoriales para la escritura

Dijimos ya que los criterios editoriales son los principios que orientan la toma de decisiones en la producción periodística especializada, la cual está atravesada por valores individuales y colectivos. Dichas ideas compartidas se transmiten de manera informal, aunque también vimos un caso en el que ese aprendizaje estaba facilitado o anticipado por un manual de estilo. Esas pautas, por ejemplo en *Ajo*, tienen que ver con buscar un mayor uso de fuentes; en

Tucumán Zeta con que las historias cuenten con segmentos o secuencias para facilitar la lectura, al mejor estilo del cine y del documental; en *Escritura Crónica* se reconoce el tiempo de reporteo, aunque como ya se dijo se busca un equilibrio entre desarrollo de la historia y la extensión de los textos, habiendo un caso de una colaboradora que tardó siete meses en concluir su texto.

En *Telaraña Digital* se puso énfasis en el uso de la primera persona o de la autorreferencialidad como modo de recrear situaciones en temas complejos y en profundidad, también como forma de poner en juego lo que el cronista siente cuando cubre determinados temas, entendiendo que la revista hizo tratamiento a hechos de violencia de género, de diversidad sexual o vinculados a la restitución de identidades. También se destaca la importancia de recrear situaciones del pasado reciente.

Islandia requiere que los textos brinden otro ángulo de información y que permitan dialogar con otras textualidades otorgando además herramientas de interpretación. Los trabajos de *Anfibia* significan aportes al periodismo interpretativo. Además, Martín Ale sostiene que otro criterio esencial tiene que ver con la composición de los textos. Debe haber una presentación de un conflicto que tiene que mantenerse en un texto de larga extensión para no perder al lector. También tal como se señaló, en el caso de Agustina Grasso y *Escritura Crónica*, las editoras exigen el manejo de recursos propios de la literatura. En general, los entrevistados expresaron que el lenguaje empleado debe captar a un lector al que le gusta leer aunque no necesariamente tenga formación académica.

El resultado de los requerimientos mencionados a los que se suman otros es el despliegue de una serie de estrategias de escritura: introducción de personajes en acción, diálogos, creación de escenas, atención especial en la primera y en la última línea o párrafo, descripciones, recreación de territorios geográficos o simbólicos, tramas, ámbitos o escenarios, uso de objetos significantes, cuidado especial a la entrada de las entrevistas, una aproximación innovadora a los personajes que se perfilan, una vigilancia crítica en la selección de fuentes y de voces para el documental, empleo de herramientas de otros géneros como el ensayo, es decir: enumeraciones, listados, monólogos internos, preguntas retóricas, relatos de los personajes, uso de refranes, entre otros recursos encontrados en el corpus.

A esto se añaden otros recursos propios del periodismo: uso de fuentes, de citas directas, indirectas, mixtas, diálogos transcritos, intertextualidad, notas de la redacción; etcétera.

9. Tipos de actualidad

En el caso de las revistas de periodismo literario en soporte digital, encontramos con mayor frecuencia textos de actualidad permanente (sobre todo al principio del período o en el momento de creación de las revistas) para ir desplazándose hacia otros tipos de actualidad. Al tratarse de hechos que por su importancia o características específicas siguen interesando al público porque tratan acontecimientos sobre los que el lector no ha podido indagar en profundidad o formar una opinión acabada, la actualidad permanente resulta efectiva en torno a estos medios de segunda lectura. Pero también la categoría se relaciona en los géneros narrativos -y en este tipo de publicación- con los modos organizativos y con la cobertura de los hechos que dura más tiempo.

Sin duda, la extensión de estos textos tiende a ser mayor a la de otros que se proponen en el entorno digital, teniendo en cuenta la organización del material, reporteo y la escritura demandan por lo general plazos mayores que contrastan con la actualización constante de los medios generalistas. Pero además en relación con el modo de presentación de la información, las publicaciones estudiadas ponen énfasis y dedican más tiempo a hacer fotografía conceptual o ilustraciones que acompañarán a los textos. Según podemos establecer, la extensión de las crónicas e informes se relaciona de manera directa con el uso de determinada cantidad de fotos e ilustraciones (aspecto que desarrollaremos más adelante).

En un segundo nivel se publican informes o crónicas de actualidad prolongada, que consisten en hacer el seguimiento en el tiempo o trabajar un tema cuyas tramas están relacionadas de algún modo a otras coyunturas que refieren a la actualidad noticiosa, concepto que se encontró en ejemplos y textos tales como el de la inseguridad o de identidad cubiertos por *Telaraña Digital*, a los que podemos añadir a la crónica de *Anfibia* en torno al caso Nisman, y el ensayo *Fuiste un Lujo*.

En la actualidad prolongada, los trabajos del PLD buscan aportar nuevos datos introduciendo una mayor cantidad de fuentes o simplemente brindando otro ángulo de información incluso apelando a la autorreferencialidad o a un tipo de género difícil de encontrar en otro tipo de periodismos como el epistolar, donde el periodista puede compartir con su lector lo que le generan las vivencias en la labor de reporteo e investigación.

Por otra parte, en el corpus estudiado, hay unos pocos casos vinculados a una actualidad reciente (hechos que fueron cubiertos en términos del mismo día o subsiguientes. No obstante, ejemplo es el texto sobre el paro policial de 2013 en Tucumán, trabajado por *Tucumán Zeta*). El objetivo de la revista-en estos casos- pasó a ser de periodismo social al publicar información sobre hechos que no estaban siendo cubiertos por otros medios. A la vez, no se registran casos de

actualidad sincrónica (coberturas en el instante en el que están ocurriendo, transmisiones en streaming) y consideramos que las secciones de las revistas se constituyen como espacios de archivo una vez que las notas se difunden durante las primeras semanas de aparición.

Creemos necesario señalar asimismo que las revistas de periodismo literario digitales emplean hipertexto (links) para remitir a documentos en el contexto de investigaciones o para citar otros productos comunicacionales donde se cuentan situaciones e información que se suponen ya conocidas por los lectores. Cuando se narran hechos más o menos recientes o se desarrollan investigaciones esta herramienta se usa ampliamente.

Con relación a los tipos de actualidad, los entrevistados tienen criterios claramente definidos según su funcionalidad, algo que fueron aprendiendo en el proceso de edición. Bruno Cernigliaro de *Tucumán Zeta* recuerda en particular el caso específico donde fue necesario hacer coberturas de actualidad reciente y explica el porqué de la elección mayoritaria de una actualidad permanente.

Esa fue la única vez en la historia de *Tucumán Zeta* le hicimos un guiño a la actualidad. Siempre nosotros hemos prescindido a conciencia de la actualidad noticiosa. Eso fue una cuestión identitaria de nosotros. No salir a replicar lo que marca la agenda de los medios sino contarle al tucumano lo que le pasa a otro tucumano y que tiene algo para contar. Esas historias muchas veces nacen de noticias que aparecen en los medios tradicionales pero que nosotros tratamos en profundidad o que nosotros podemos llegar a ver en una historia y le damos un tratamiento con lujo de detalles, con más espacio y más tiempo, que es lo que por ahí no tienen los grandes medios. (...) Hay un espacio en la nueva *Tucumán Zeta* que se llama Bitácora Zeta para que cada uno escriba análisis o ensayos, alguna mini crónica sobre algún suceso de actualidad. Ahí cada uno puede sentir de escribirlo, pero la verdad es que eso sería mucho más espontáneo si surge, no nos motiva la actualidad, no nos mueve la actualidad noticiosa, prescindimos a conciencia de eso.

Leandro Groshaus, de *Islandia*, hace referencia a otra revista de Córdoba con otro tipo de lógicas temporales con relación a la actualidad.

(...) *La Tinta* tiene un perfil distinto. Parece que tiene una relación más de vorágine, de trabajar con noticias muy coyunturales, con mucha producción diaria, no necesariamente propia, sino como que armaron una red donde se van alimentando y van tomando notas de otros lados, pero también es una experiencia bien interesante con la que nosotros tenemos diálogo y buena onda.

Agustina Grasso también comenta que se procura hacer algún texto de actualidad, aunque no siempre es posible de acuerdo a los modos organizativos de *Escritura Crónica*:

Tampoco es que como tenemos una plataforma muy bien armada no estamos encargando textos todo el tiempo porque sinceramente es todo muy a pulmón y no se les paga, entonces no es que nosotros vamos fomentando que se trabaje así, es como que va surgiendo, a veces nos cuentan que están haciendo algo y nosotros lo pedimos. También tratamos - dentro de nuestras posibilidades y nuestros recursos - de tener aunque sea una vez al mes un tema de agenda. Por ejemplo, este mes estaría genial tener algo de docentes, entonces vemos dentro de nuestra red de colaboradores quien puede escribir algo del tema que sea original porque vemos que cuando es un tema que está en discusión o en boca de alguien, tienen más repercusión.

Alfredo Hoffman, *Telaraña Digital* reflexiona sobre los tipos de actualidad

(...) Al principio hacíamos una nota por día, cada uno, pero además teníamos una sección que se llama 'Actualidad' donde poníamos noticias, no necesariamente producciones propias, entonces muchas de las que vos ves son noticias de actualidad en muchos casos de otros medios. La sección de actualidad, que está a un costado te muestra eso y cuando vos las buscás por secciones también aparecen, o sea no es que son noticias de periodismo narrativo, sino que son noticias que tomábamos de otros de actualidad.

(...) Me ha pasado puntualmente en una investigación que hice sobre unos casos de personas asesinadas acá en Entre Ríos durante la dictadura en simular enfrentamientos, que eran personas que ya estaban detenidas y la forma de blanquear asesinatos fue simular enfrentamientos. Publicamos esa nota con los testimonios que había logrado reunir pero después recibí más testimonios de personas que tenían datos para aportar porque eran familiares, conocidos o integrantes de organizaciones de derechos humanos de otra parte del país, que por alguna razón tuvieron acceso a esa noticia porque Internet no tiene límites geográficos. Eso por ahí es una característica clave del periodismo digital, de que la nota uno la cierra en un momento, la publica pero ahí no termina el recorrido de la noticia o no terminó de contarse la historia, la historia nunca termina de contarse ni aunque esté publicada en Internet porque los comentarios y el uso que hace de esa noticia el usuario, en este caso, hace que se enriquezca más esa noticia, que se agreguen datos, que se profundice, que se cuenten cosas que no están contadas en la noticia porque faltó tiempo o ubicar a tal testimonio, o a tal fuente.

Dentro del corpus, están aquellos casos y testimonios que reconocen que el tratamiento narrativo sobre notas de actualidad tiene un fuerte impacto. Es el caso de los editores de *Anfibia* o de *Big Sur*. Pablo Siciliano de *Big Sur* da la explicación correspondiente.

(...) siempre fuimos detrás de la actualidad. Es que vos te das cuenta con el feedback que tenés en cada nota (...), por ejemplo, yo saco ahora una sobre un temporal de viento cuando no hay viento, no lo va a leer nadie, pero si vas atrás de la noticia y contás algo que está pasando ahora, la nota va a tener mucho éxito, aparte es como un deber periodístico, no podés alejarte tanto de la realidad. Por ejemplo vos querés enterarte de la crisis hídrica en Chubut, vas a *Big Sur* y vas a encontrar buenas notas, buena calidad, el tema sigue latente, por ahí no pasó nada ahora, pero lo vas a leer dentro de un año y muchas cosas siguen siendo actuales. Siempre tenés que ir atrás de la actualidad con el periodismo porque si no, perdés el interés de la gente. Nosotros íbamos atrás de lo que estaba pasando, pasa que íbamos atrás pero no para tirar la primicia de tratar de ser el primero. En el fondo vos vas a la portada de *Crónica*, *Jornada*, *ADNSur* o diario *El Chubut* y siempre es la misma. Nosotros te vamos a hacer esperar un día más, pero te la vamos a presentar bien explicada.

COMPARTIR:

+A

Derrote el terror

CRONISTA: SEBASTIAN LORENZO PISARELLO

[VER PERFIL](#)

FOTOS: DIEGO ARÁOZ

[VER PERFIL](#)

La historia de los días de furia que vivimos los tucumanos narrada desde la cobertura de una agencia de periodismo independiente.

"Derrote el terror. Haga circular esta información".
Rodolfo Walsh.

4 8 horas de miedo.
24 horas de silencio del gobernador José Alperovich en medio de la crisis social más grave de los últimos diez años.
5 muertos que pueden ser más.
Dos noches de insomnio.
Dos días de caos.
Policías en huelga, policías operando desde el terror.

Envía tus consultas, sugerencias y propuestas

línea directa con la Redacción de Tucumán Zeta

Nuestras historias en tu correo

Tucumán Zeta cubrió hechos de coyuntura: los paros policiales del 2013

10. Géneros

Géneros narrativos detectados en la muestra, clasificados en Atlas.ti

Dentro de la muestra de 200 documentos compuesta por 126 textos, hay 52 crónicas, 34 entrevistas, y 21 textos que se clasifican como ensayos, mientras que seis son perfiles -un tres por ciento.

En el mismo marco, hay un documental, seis fueron textos editoriales, un microrrelato, cinco textos son de ficción -que se incluyen en secciones destinadas por igual a la crónica y al cuento-, cuatro son relatorías de talleres, y hay una reseña literaria. A la vez, los textos se acompañaron con ilustraciones en 24 ocasiones y uno cuenta con una infografía, mientras que el resto tuvo un gran despliegue fotográfico. Es necesario aclarar que tales sumas no resultan trasladables a la cantidad de tipo de textos que publica cada revista de modo exhaustivo, sino que hablan solamente de la composición de la muestra, dado que la selección estuvo orientada por los criterios de importancia brindados por los editores, sumando al azar otros ejemplos de cada publicación. Lo que sí ocurre con estas proporciones, en cambio tiene que ver con que en mayoría los textos elegidos son el resultado entre otros criterios, de lo que los editores señalaron como significativo para pensar el estilo de la revista.

Características de los géneros utilizados

Se describen a continuación las características principales de la crónica, la entrevista, el perfil, el informe, el ensayo, la relatoría y del documental considerando las propiedades de los géneros utilizados. El género es una categoría que determinó relaciones fuertes con otras subcategorías tales como tipos de periodismo, temario, criterios editoriales, estilo y diseño.

La crónica digital hereda aspectos de la crónica de papel y el rango de transformación en su paso de un soporte a otro es dispar si tenemos en cuenta cada caso de los analizados. Si bien la valoración positiva en la producción sobre el tipo de periodismo realizado se sostiene a lo largo del período, lo cierto es que los productos finales mucho tienen que ver con los diferentes criterios y posibilidades (en términos de recursos) de cada proyecto.

De todos modos, los sentidos de valoración de la crónica en términos de códigos éticos compartidos para el ejercicio de la profesión son un elemento común entre los periodistas entrevistados, en relación, por ejemplo, con el uso de fuentes, cobertura de los temas y reflexión en torno a la práctica. La misma consideración positiva existe, aunque no en todos los casos pero sí en mayoría, en relación con producir anuarios o libros en papel.

Como el soporte digital impone condiciones de publicación creemos que los resultados son más notorios en el diseño de las páginas que en la composición de los textos (con las excepciones de *Escritura Crónica y Anfibia*). Así el lector puede encontrarse en estas revistas digitales con crónicas muy parecidas en su composición con las de compilaciones editoriales mientras que el soporte les impone copetes o bajadas, un despliegue fotográfico en los encabezados, separaciones con piezas fotográficas o tipográficas y narraciones de escenas, sumando algunas líneas de presentación de los autores o referencias a ellos.

Pero si bien, esas diferencias ya definidas parecieran contarse con los dedos de la mano, habría una demanda mayor e inmediata que tensiona al género, dado que el contexto renueva la necesidad de claves de interpretación, de uso de datos, de mayor cantidad de fuentes y de alguna impronta multimedial, aspecto que las revistas emplean pero que pareciera no estar siendo explotado en todo su potencial narrativo.

Además, vimos en el corpus analizado que los editores no desconocen las características del lenguaje de Internet: interactividad, multimedialidad e hipertextualidad. De esas tres dimensiones la que más está presente es la multimedialidad (la posibilidad de extender el uso de fotografía a ilustración, sonido y video, por ejemplo). No obstante, en el período trabajado hay dudas y pocos ensayos al narrar a partir de esos lenguajes, siendo mayormente utilizados como complementos del texto. En relación con la hipertextualidad, los vínculos establecidos desde los artículos a otros sitios van en mayoría a materiales de referencia o documentos que complementan lo narrado. La

interacción, al menos en las páginas de cada revista, tiene algunas limitaciones (que trabajaremos más adelante). Sobre estos tres aspectos, es necesario aclarar que tampoco estaban siendo optimizados o utilizados creativamente por los medios generalistas.

En torno a los sentidos atribuidos al periodismo literario digital, la crónica posibilita producir conocimiento sobre aspectos de lo real, por lo que la extensión está supeditada muchas veces a la historia y no a las modalidades de lectura esperadas para el soporte.

Se considera entonces que la historia tenga singularidad, que presente y desarrolle conflictos y personajes, se busca describir escenas, recrear diálogos, introducir voces de terceros, y proponer datos concretos en tramas secuenciales. Como se dijo, los textos extensos de la crónica digital tienen como condición el uso de segmentos, subtítulos y/o separaciones, teniendo como finalidad dar una idea de aire al lector (tal como ocurre en el cine, o con las obras de teatro divididas por actos, etcétera).

Todas las revistas comparten a la autorreferencialidad como recurso, más allá de los estilos y criterios para su uso, que pueden ir de la necesidad de que el cronista aparezca “sólo cuando haga falta”, hasta llegar a cumplir un rol o ser un personaje más en la narración, con amplia participación, mostrando sus impresiones y sentimientos en torno a la trama y hechos que narra.

Se añade el uso de citas, descripciones, diálogos, preguntas retóricas y diversidad de fuentes de información y otros recursos.

Ahora bien, a lo largo del período seleccionado, *Tucumán Zeta* busca conservar la mayor cantidad de características de la crónica tradicional, mientras que *Anfibia* enuncia su propia “teoría de la crónica” heredera del enfoque etnográfico, sumando lo que se llamó una ferviente “búsqueda del rigor periodístico” con elementos de conflicto y ritmo para atrapar al lector. Es interesante notar que *Anfibia* nació en sus primeros años más cercana a la crónica tradicional latinoamericana y que luego su estilo se volvió más ensayístico en textos que tuvieron algunos rasgos de comunicación científica o la impronta subjetiva de escritores que hicieron referencia a la actualidad. A este cambio pudimos rastrearlo analizando textos de 2013, recuperando la relatoría de un taller con Rossana Reguillo y Francisco Goldman, entre otros documentos más recientes donde el estilo continúa cruzando a la crónica con otros géneros.

Más allá de las tendencias en los casos analizados, hay textos en *Anfibia* que siguen ajustándose tanto a la crónica tradicional como al ensayo, lo que depende de sus propios autores o colaboradores, grupo que se fue diversificando en el mismo período. Si bien esto se diferenció con *Tucumán Zeta* donde la búsqueda es conservar la crónica heredada para contar historias locales, el

recurso de autorreferencialidad, pensado como uno de los rasgos centrales de la crónica, continúa teniendo una fuerte presencia en todos los casos de la muestra.

Además, el conflicto resulta una herramienta que funciona como especial señuelo para el lector en la web. A esto se suma la posibilidad de contar nuevos aspectos de personajes muy populares. El resultado se traduce en crónicas con grandes márgenes de interés para distintos lectores, como ocurre en *The Villa Cañás affaire (Anfibia)*.

Mirtha Legrand se fue de Villa Cañás, provincia de Santa Fe, cuando tenía siete años. Convertida en una estrella del cine y la TV, volvió pocas veces. No fueron regresos felices: Alfonsín la ignoró en un acto, quiso comprar la casa de su infancia y no pudo, sus donaciones provocan más desconcierto que felicidad. Un cronista y vecino de Cañás se propuso seguir el rastro de la diva en el pueblo: cada lugar en donde vivió, los relatos de los vecinos, los muebles y libros que supieron tener los Legrand y hasta el árbol preferido de Silvia, la melliza. En su afán por saber si Mirtha tiene un verdadero sentido de pertenencia hacia Cañás, el cronista logra lo que parece imposible: dos diálogos telefónicos con la estrella de los almuerzos.

Si bien se conceptualizará más adelante la singularidad de los conflictos presentados, es necesario señalar que la crónica digital emplea otros recursos tales como bajadas o encabezados destacados (lo que significa un cruce entre el género, el soporte y el diseño). El encabezado es un elemento que además se recupera para el soporte digital dado que anticipa parte de la crónica o destaca aspectos de tal singularidad. También se han encontrado -aunque con menor frecuencia- enumeraciones o listados, uso de intertextualidad (textos de otros medios, literatura, cine, letras de canciones, etcétera que conforman parte del relato), hipertextualidad (con un uso específico del que ya se habló), monólogos internos, refranes y hasta un diálogo ficcional en el caso de una crónica de *Anfibia* que buscó reconstruir el encuentro entre Borges y el presidente de facto Augusto Pinochet.

Además, como se dijo, la crónica atiende la calidad exigida al periodismo de investigación y de interpretación. En el corpus hubo trabajos de *Tucumán Zeta* que sirvieron para narrar historias de personas fallecidas que no aparecieron en listas oficiales tras una huelga policial, informando de esa manera a los habitantes de Tucumán, mientras que el resto de los medios guardó silencio.

Ajo publicó crónicas a las que denominó “informes con aliento narrativo” con las que se denunció el trabajo en negro, el vaciamiento de un diario, los negociados empresariales y políticos de Mar del Plata, desapariciones, entre otros temas de una agenda que atendió más a denuncias que las de otros medios de la zona.

Anfibia se interesó por otros aspectos de la causa Nisman, por las estrategias de construcción de imagen del papa Francisco como también las de la imagen presidencial (de Mauricio Macri). *Telaraña Digital* denunció situaciones de desaparición de personas e hizo reconocimiento a figuras de la política y de la vida cotidiana en el norte del país, y *Big Sur* investigó los hechos de empleo precario en fábricas de la Patagonia sur. De esa manera quedó demostrado que el periodismo literario y que las crónicas siguen siendo medios para la práctica periodística de calidad, en profundidad y de investigación.

No obstante, desde la propuesta del presente tema de investigación nos preguntamos por las transformaciones, por el modo en el que el soporte interpela y seguirá interpelando a la crónica. Ante esto, emergen pistas interesantes de los relatos de los editores. Agustina Grasso, explica cómo es que algo se pierde y que algo permanece.

(...) la crónica viene desde la época de los cronistas de indias y se fue aggiornando a los contextos. El contexto en el cual se escribía la crónica quizás eran cartas o diarios, pero más diarios personales. Hoy en día lo indispensable de la crónica sigue estando, lo que pasa es que tiene otro estilo, con esto no quiero decir que sea mejor o peor, sino que es más moderno. Nuestra idea es que estos textos los pueda leer gente que no sea solo del mundillo de la crónica (...) Es un género que, al contrario, quizá tiene sus altibajos o sus épocas de más éxito o menos éxito (...) Yo creo que en estos últimos años tomó un montón de repercusión, mismo del lado de los periodistas porque, por ejemplo, yo me metí en este género porque quería escribir más, escribir mejor, tener una mayor llegada a las historias. Una crónica que me gusta mucho y es identitaria es Madre e Hija, de una foto de la dictadura y la otra es de refugiados que se llama Los Hijos del Congo; yo para hacer esa nota estuve como seis meses o siete meses, yéndome a juntar con la familia para ganarme su confianza. Uno desde el lado del periodista también está cansado de trabajar mal o trabajar para un textito así nomás y no involucrarte, entonces yo creo que pasa por ese lado, como el boom de la crónica desde el lado de los periodistas que buscaban hacer otra cosa.

Para Leandro Groshaus, de *Islandia*, la crónica sigue distinguiéndose por poner en evidencia la labor de investigación y reporteo.

Hay una nota (la que más me gusta) de un chico que se llama Martín Cabrera, que es un sociólogo que está haciendo el doctorado en Brasil y estudia la dinámica de las barras bravas en el fútbol y escribió una crónica sobre un viaje que hizo, a partir de su trabajo doctoral, con la barra bravo del Vasco Da Gama a ver un partido. A mi modo de ver conjuga la crónica narrativa, poder describirte sus sensaciones, sus miedos de estar viviendo eso con un segmento de la barra brava del Vasco Da

Gama pero al mismo tiempo pudiendo interpretar y explicar el fenómeno, qué diferencias históricas-culturales existen con las barras bravas de Argentina, aparte está escrita con humor, con sagacidad, me parece que es uno de los textos más logrados que hemos publicado.

En este punto, diremos que durante cien años la crónica narró la ciudad moderna, y que el estilo barroco explotado por cronistas como Pedro Lemebel no tiene presencia en estas publicaciones como sí la tuvo en su momento en la literatura. Por el contrario, la idea de la crónica digital implica menos juegos del lenguaje hacia un estilo más minimalista o sencillo que apunta a conjugar datos con descripciones, citas y fuentes. Martín Ale, de *Anfibia* dice:

Hebe Uhart es la mejor en eso. Tiene el mejor oído para trabajar las voces de los personajes. Lo más interesante es lo que Hemingway llamaba la aparente sencillez. Vos lo leés y tiene sujeto, verbo, y predicado, no tiene grandilocuencia, no tiene una mirada cínica, irónica. Tiene, sí, un estilo trabajado durante 40 o 50 años. Nosotros publicamos un perfil de ella, que se llama El estilo es la mirada. Y efectivamente. Lo que ella potencia es la mirada del narrador. Es más fácil imitar lo barroco que el estilo parco con sutileza de Uhart. Y también hay que fijarse porque elige lo que elige para contar, detalles que dicen todo de una persona. Ella es buenísima, a mí me encanta.

Tucumán Zeta apuesta a la crónica en su esencia tradicional. Bruno Cirnigliaro asegura que los cronistas son herederos de la crónica latinoamericana que tiene espacio de publicación en libros y en la web, no así en los medios generalistas ni en sus cabeceras digitales, más allá de algunas excepciones.

(...) la crónica, el género, es muy rico. La crónica como nosotros la entendemos (...) nace con Walsh que recorre un camino, que en realidad tiene 500 años porque llega con los primeros cronistas de indias, y tiene en América Latina una revolución gracias a la creación de la Fundación García Márquez, FNPI, en Colombia, Cartagena. Y nosotros somos herederos de eso. Y para nosotros el género heredado responde y tiene una riqueza de otros subgéneros, si se quiere. Tenés elementos de la literatura, de la entrevista, del reportaje, del cuento, toda la narrativa, los diálogos. Desde la narrativa en sí misma, vos te parás ahí, bueno, García Márquez lo definía muy bien, "la crónica es un cuento pero que es verdad". Entonces cuando te sentás a escribir, quizá la crónica es la última etapa de la construcción total, entonces pensás en la utilización de todos esos elementos para generar atracción. Para que sea una lectura amigable...hay una definición que da Salcedo Ramos, que es un cronista que vos conocerás que vino varias veces a Tucumán y que es amigo nuestro, y él dice dos

cosas (que a mí me encantan): que la crónica tiene profundidad investigativa, y se vale de toda la metodología investigativa del periodismo más tradicional y ambición estética. Y la ambición estética sí o sí tiene que estar, porque el periodismo rápido de los medios tradicionales, incluso de internet, este periodismo que yo le llamo muchas veces basura porque son pildoritas de cosas que juegan muchas veces con el morbo o con lo amarillo y no generan ningún interés, más allá de eso no hay ambición estética. Nosotros charlamos, pasamos mucho tiempo, nos desvelamos, y no nos da igual un adjetivo que otro, realmente le ponemos mucha minuciosidad a esa ambición estética y ahí cerramos el círculo y cumplimos esa gran premisa, que es que, como decía Tomás Eloy Martínez: que al lector se le quemen las tostadas al leer la crónica. Ese es nuestro objetivo: que se olvide de lo que está pasando alrededor, que se incendie la casa si quiere pero que no deje el texto en ningún momento.

De esta forma las revistas digitales se posicionan entre la oportunidad de conservar aspectos de la crónica tradicional y a la vez modificarse en virtud de sus estilos ajustados al soporte digital. Por lo observado en los textos del corpus y las entrevistas, lo que es posible mantener de lo heredado está asociado a la rigurosidad periodística y tiempos de reporte, tiene que ver con posibilidades del temario en tanto forma de diálogo con personajes y realidades del territorio, pero lo nuevo también puede pensarse como una apertura a otros horizontes más vinculados a movimientos sociales, derechos, diversidades y así a otras agendas. También hay casos en los que la crónica muta tomando herramientas narrativas de otros subgéneros, y se escribe entrevista, perfil y ensayo con cierto grado de exploración, pero también en la búsqueda de aportar rasgos que agraden y que sean compartidos por las comunidades on line.

Hemos observado que, a la vez, las transformaciones aún no resolvieron, como ya se dijo, la sustitución del texto por otros lenguajes para narrar. En cambio, la fotografía sí logró otros niveles de exploración que la diferencian del periodismo generalista, tema que trabajaremos más adelante.

Todas estas situaciones, las cuales son discutidas al interior de los proyectos (continuaban siendo discutidas más allá del cierre de este trabajo), se conjugan con otras tales como la posibilidad de habilitar mayor o menor participación de los lectores incluso en la construcción del texto informativo, algo sobre lo que tampoco pudimos detectar innovaciones, aunque sí hubo reconocimiento desde los discursos de los editores.

Se señala además que la crónica demanda entrenamiento de la práctica periodística y del estilo. De hecho, se indica que no es un género “fácil” para principiantes. Los talleres, por otra

parte, son el ámbito de intercambio que también sirve como feedback porque allí se producen encuentros con los lectores que quieren escribir o ser cronistas reconocidos.

Nosotros hicimos un taller muy grande que duró dos meses. Ahora estamos por lanzar otro a fines de septiembre y tuvimos casi 40 alumnos, igual, para Tucumán es un montón. Y la verdad es que nuestra intención inicial del taller era conocer el semillero y sacar nuevos cronistas, más allá de hacer un proyecto, ganar dinero, la intención, es decir, bueno a ver. Y la verdad es que sólo una persona sacó una crónica potable, digo potable en cuanto a los estándares de calidad que manejamos nosotros, el resto no la escribió directamente porque no llegó a terminarla, que era la propuesta del taller. Y esa persona publicó su texto en *Tucumán Zeta*, que es Mariana Maulu (Atilio el todólogo) hay una crónica hermosa de ella, que fue alumna del taller. Entonces ahí nos desilusionamos también. Y dijimos: no es tan fácil encontrar una persona que quiera y pueda escribir una crónica hasta el final, que se meta en todo este quilombo que es hacer una crónica porque realmente requiere de mucho tiempo, mucho laburo...y...que además lo haga como nosotros queremos, que nos guste, que sea atractivo, y todo esto que hablábamos recién.

Por otra parte, la relatoría ha sido utilizada por *Tucumán Zeta* y *Anfibia* para narrar lo ocurrido en sus talleres y compartirlo con sus lectores. La relatoría es una crónica sobre los hechos más importantes abordados en esos lugares de puesta en común y de aprendizaje colectivo. En este trabajo interesaron también ese tipo de relatos, ya que se hizo referencia a la trastienda de los textos y revistas, a los criterios editoriales compartidos y transmitidos, a los géneros, modalidades de introducción de personajes, como proponer diálogos y citas, entre otros recursos.

Entrevista

Los periodistas usan herramientas digitales para el reporteo y para preparar las entrevistas. Así lo expresan referentes de las revistas, quienes comentaron que la idea fue encontrarse cara a cara con sus entrevistados, pero también muchas veces se continúa el diálogo mediante Skype u otros recursos. La entrevista tiene como recurso emergente de los textos la narración de las dificultades que implica conseguir acceso a ciertos personajes conocidos o famosos. Al respecto, en los talleres que brindó *Tucumán Zeta* se recordó que la descripción de los obstáculos también forma parte del hilo narrativo; y de hecho esas contramarchas deben alentar al periodista y no desconcentrarlo alejándolo de sus propósitos iniciales.

Así, en los ámbitos de aprendizaje, se cita el mítico caso del texto *Sinatra está resfriado*, de Gay Talese, quien recrea un perfil sin interactuar con su perfilado. Esto también ocurre en el caso de la crónica sobre Mirtha Legrand donde el cronista logra un mínimo contacto telefónico con el personaje central de su crónica. En cambio, si el encuentro se concreta, el objetivo del cronista es suscitar confianza con el entrevistado. Así lo explica Agustín Marangoni.

A algunos entrevistados los vi en dos oportunidades, o por ejemplo hacer una entrevista mano a mano, después hacer un laburo de archivo largo y después, pegarle un llamado telefónico o interceptarlo por Skype y hablar un poco más, pero sí, más de una vez. Y algo que hago a veces, con muy poca gente, los invito a casa y cenamos y eso está bueno porque se hablan de muchas cosas, lo vas llevando tranquilo y después de comer ahí sí te sentás tranquilo en la entrevista. Muchas de las cosas que se hablan en la cena, en la antesala, te sirven mucho de referencia para saber cómo encarar al entrevistado. Pero sí, a veces hablás dos o tres veces con los entrevistados. Claro, para una crónica de viaje no porque viste que el viaje es una sola oportunidad.

Para Marangoni, la entrevista dista de ser un intercambio de preguntas y respuestas. Uno de los componentes en los que se pone especial atención es en la entrada o encabezado, donde el cronista pone de manifiesto las dificultades que se presentaron en la búsqueda de la entrevista; también se trazan relaciones de intertextualidad de lo dicho en otros ámbitos, se reconstruyen escenas o se apela a datos históricos, entre otras posibilidades. Precisamente, el reporteo para la entrevista implica acudir a otras fuentes, buscar en internet, leer literatura o historia, visitar lugares, es decir, hacer un largo trabajo de documentación y búsqueda de datos.

Las entrevistas, pensadas ya como subcategorías, también establecen relaciones con otras como el estilo y misión de las publicaciones, el tratamiento y temario. *Ajo* publicó en el período estudiado una entrevista con Sergio Ciancaglini relacionada a los medios de comunicación, políticas y tendencias vinculadas; *Islandia* ofreció a sus lectores una entrevista titulada *Un mexicano en Ushuaia*, sobre un migrante fotógrafo en Patagonia, y *Último Round* consideró a las entrevistas -y no tanto a la crónica- como parte de la construcción de marca. En consecuencia, entrevistó al escritor Hernán Casciari, a Jorge Altamira, político argentino, miembro fundador y dirigente del Partido Obrero; al humorista Diego Capusotto, al periodista y ensayista español Pascual Serrano, entre otros. Al respecto, Fabricio Lombardo explicó cuál era la finalidad del empleo de la entrevista en *Último Round*.

(...) nosotros nos llevamos muy bien con la entrevista, creemos que la entrevista es central y coincide con el tipo de publicación militante que nosotros podemos construir. Coincide con eso. Después hay

cosas más ligadas a la poesía, al cuento, pero la revista está más ligada a la entrevista que a la poesía si se quiere. (...) Tiene que ver con preguntar y generar debate, con la posibilidad concreta de entrevistar a alguien como un trabajo más compartido que pedirle a alguien que escriba un relato es más difícil de lograr, en cambio entrevistar a alguien es más sencillo, tiene que ver con ¿cómo llamarlo? con sensibilidad a la hora de transmitir, es mucho más popular una entrevista que un cuento. Porque para el cuento tenés que agarrar a alguien que sea lector. (...) Pero por ejemplo a Victor Hugo-claro, no lo van a leer por mí, sino por Víctor Hugo (risas) se entiende?. Ahí es donde cobra sentido la entrevista (...)

-¿Y cuáles son los lineamientos que se da a los entrevistadores?

A la edición la suelo hacer yo, así que todo lo que se ve de títulos resaltados, los suelo elegir yo. Es trabajo mío y lo hago usando -sí- cierto grado de informalidad y tratando de rescatar eso, y cuando le proponemos a alguien que entreviste a otro alguien se dan pautas, por ejemplo: (justo la que dijiste) descripción de la escena, nivel de informalidad, preguntas concisas, buscar lo cercano, lo sensorial, concreto, menos abstracto, repreguntas, no preguntar lo que sabés que te va a responder, sino justamente ir con la repregunta para lo que sabés que te va a decir. Buscar el hueco, la grieta, aunque la persona que estás entrevistando sea genial, buscarle la grieta. Preguntale a Capusotto, porqué la actitud de Perón en el 73, aunque lo admire y lo quiera.

La entrevista brinda una posibilidad de interactuar con el entrevistado, y este elemento se constituye como atractivo de la pieza periodística que, además, siguiendo al editor de Último Round, invita a curiosos que pueden no ser asiduos lectores a *experimentar* el texto usando a un famoso o referente como atractivo. También las frases creativas o provocadoras destacadas o en títulos son una estrategia utilizada en las entrevistas.

Finalmente, el aliento dialógico, la recreación de escenas, las descripciones y la autorreferencialidad se conjugan para resultar en más recursos estratégicos. Ante esto, la categoría se articula con los criterios editoriales, estilo, con el temario (hubo determinados temas que priorizó la entrevista, todos en articulación con los contextos de emergencia de las revistas) y con el lector, dado que la entrevista lo acerca a las palabras dichas y a una oralidad que lo ponen en el mismo plano del entrevistado.

¿Qué rol juega el humor ahí?

Lo que hacemos es una respuesta a lo que nos toca vivir con la parodia, con la ironía, con el mofarse de un montón de cosas que nos molestan. Y la única arma que tenemos para manifestarnos es el humor. Es una manera de burlarse no solamente de nuestras propias convicciones sino también de un escenario que está como impuesto, como para atrapar la estafa del discurso y de ciertas normas conductuales. Uno es una especie de duende maldito que se quiere poner en el lugar de cómo sería lo que no es correcto.

[.com/revistaultimoround.com.ar/wp-content/uploads/2015/11/3.jpg?ssl=1](http://revistaultimoround.com.ar/wp-content/uploads/2015/11/3.jpg?ssl=1)

Entrevista a Diego Capusotto, Último Round

Perfil

Otro de los subgéneros que nacieron en relación con la crónica (macrogénero) y que es utilizado por las revistas habiendo logrado ya su autonomía es el perfil. Tiene como característica principal que es una crónica cuyo “problema” narrativo equivale a mostrar aspectos de un personaje y dejar expuesta su singularidad. Se dice que cuando un periodista escribe un perfil se vuelve especialista en ese personaje o persona en cuestión, lo que da cuenta de una labor de reporteo y profundidad significativa, donde se procura al menos más de un encuentro para retratar al perfilable en su hábitat, teniendo como objetivo llegar al hueso (psicología, subjetividad, conflicto/s) mediante una narración.

El perfil de Hebe Uhart publicado por *Anfibia*, que se incluye en el corpus, cuenta con una bajada donde se anticipa cuál es la singularidad con la que el lector va encontrarse a lo largo de la historia, por lo que además ese segmento se constituye como una promesa o propuesta más allá de que ya se conozca a Uhart.

Fogwill dijo que era la mejor escritora argentina. A ella no le importa la editorial en la que va a publicar, no se fija en las tapas y si hay que cambiarle el título, se lo cambia. Está jubilada pero sigue escribiendo. Organiza asados para todos sus amigos en la parrilla del edificio: el fuego lo prende el portero y las ensaladas siempre son las mismas. Hebe Uhart cree que muchos escritores argentinos son narcisistas. Y dice que pecan de un internismo brutal: escriben pensando en los amigos, profesores y conocidos.

Si bien queda comprobado que la escritura de la crónica demanda complejidad y entrenamiento en el oficio, la escritura del perfil se emparenta estrechamente. Los autores del texto citado son Mariana Enríquez y Eduardo Carrera. La escritura hace uso de recursos del macrogénero, por lo que aquí consideramos que el perfil puede ser una crónica temática, referida a una personalidad específica estando cerca de la biopic⁸³.

Las técnicas de elaboración trabajan en la composición de los textos creación de escenas, diálogos transcritos, intertextualidad, citas directas, en conjunto con uso de fotografías de la persona y de sus objetos, su casa, su patio, etcétera. Al igual que la entrevista y la crónica, el perfil buscó otras fuentes además de la voz de la personalidad perfilada para recrear el perfil trabajado, y mostró al personaje haciendo diferentes actividades. Otro recurso muy utilizado para este tipo de textos fue el diálogo con rasgos o estilos de psicoanálisis donde el que tuvo la última palabra fue el sujeto perfilado.

Queda de manifiesto además que no cualquier persona es perfilable. En eso se juegan los criterios editoriales y el temario que se consolidó en cada revista pero también la habilidad del cronista para encontrar esas particularidades. En el caso de perfiles de figuras ya fallecidas, las fuentes predominantes son las de seres cercanos a la persona en complemento con material de archivo o documentos, además del recorrido y reconstrucción que el periodista puede hacer en los lugares transitados por su personaje principal. En estos aspectos, el perfil también se emparenta con el documental y la fotografía adquiere en estos casos un vuelo narrativo conceptual y testimonial.

⁸³ Abreviatura del inglés biographic picture, o película biográfica, de acuerdo a Fundéu BBVA.

Encabezado y cuerpo del perfil de Hebe Uhart publicado por *Anfibia* en enero de 2014

El ensayo y el documental

El ensayo publicado en revistas digitales de periodismo literario resulta ser un texto que se aboca a un tema determinado desde varios ángulos posibles sumando diversidad de argumentos y fuentes. Se trata de un texto con mayor grado de libertad estética y posibilidades de fusión con otros géneros como la poesía, el cuento, y otras herramientas de la ficción, aunque su acento periodístico está dado por el tipo de tema en tratamiento. Es el caso de *Mundo porno*, un trabajo premiado cuyo autor es Federico Polleri, que se publicó en *Ajo*. Los ensayos en *Anfibia* por otro lado, sirven como ejercicio para la reflexión en torno a tópicos diversos y también sobre ideas provenientes del ámbito académico, aunque el registro trabajado no es el de una revista científica.

Una de las notas más leídas en el período estudiado en la revista *Anfibia* fue precisamente el ensayo *Fuiste un lujo*, escrito con estilo epistolar. A diferencia de la crónica, el ensayo puede ofrecer otros recursos enunciativos más creativos, aunque esto no es condición de existencia dado que lo importante es atenerse a lo que exige la historia. En ese sentido, el cronista cuenta con hechos y situaciones como materia prima con la que trabajar pero a la vez debe ser creativo y proponer reflexión, lo que implica tener alto grado de entrenamiento y destreza en la escritura del subgénero.

De acuerdo a Groshaus, editor de *Islandia*, el ensayo literario llamado *Ficciones* escrito por María Teresa Andruetto fue el texto más leído en la revista.

De esta manera, el ensayo busca cierta “efectividad” en el uso de la autorreferencialidad y se acerca por ese rasgo a otros géneros “opinativos” como el editorial. La determinación de quien escribe el ensayo, el hecho de exponer su subjetividad también parece ser clave en tiempos donde los lectores aprendieron a desconfiar de otros modos de contar.

En lo que refiere al documental, en el corpus se incluye un único ejemplo realizado por *Anfibia/Docs*, equipo que viajó a Montevideo donde estaba detenido Jihad Diyab, un refugiado musulmán, antes de fugarse. Se trata de una producción audiovisual que tuvo una entrevista de Gisela Busaniche bajo la producción de Esteban Cuevas y de Cristian Alarcón, con un texto de presentación en la revista además de una crónica redactada por Busaniche, en la que la periodista relata su experiencia personal con el entrevistando, precisamente, donde cuenta desde su subjetividad lo que sintió al tener que entrevistarlo.

Martín Ale analizó después que el proyecto fue parte de la exploración por nuevos formatos como el documental para la web. La búsqueda implicó “captar el espíritu de los textos”, aunque se valoró que era el primero y piloto, por lo que podía ser que no estuviese del todo logrado. El proyecto periodístico iniciaba así una exploración para vender productos a History Channel.

(...) lo hicimos con muy pocos recursos, con un equipo que no tenía todavía bien claro lo que quería, había que hacer algo para salir a venderlo, pero si vos lo ves, la realidad es que hay un intento de acercamiento a un personaje, tiene impacto periodístico porque nosotros logramos entrevistar a un preso, un ex preso de Guantánamo que estaba en Uruguay y que se fugó de Uruguay, tiene ese valor periodístico. Pero tiene un problema de acercamiento al personaje, las voces que se eligieron no son las mejores, pero hay un intento por llegar al espíritu del documental y ahora vamos a experimentar con videos 360 para contar algunas cosas y llegar al formato audiovisual que también va a tener su parte transmedia con textos y fotos y demás.

En tal sentido, el documental presenta puntos en común con el ensayo ya que se trata del empleo de un género narrativo con características particulares puesto a disposición de los hechos que busca recrear. Además este caso muestra la búsqueda conceptual y periodística de un equipo de producción.

Captura de la crónica La vida después de Jihad (*Anfibia*, junio 2016)

Editorial

Los editoriales no funcionan en las revistas estudiadas como columnas de publicación periódica, sino que son textos que cambian poco en el tiempo y que aparecen en las páginas institucionales llamadas “Quiénes somos” explicando la misión y la visión. En ellos se habla sobre la revista en cuestión, de sus propósitos actuales y desafíos futuros y se puede hacer referencia a determinados valores y situaciones que hacen a la práctica periodística. Por ejemplo, *Anfibia* presenta su estilo, *Último Round* explica su cambio de soporte y *Tucumán Zeta* da el porqué de un nuevo diseño.

En el presente trabajo interesaron especialmente los editoriales que hablan de los lectores y que evidencian modos de destinación es decir, nos preguntamos cómo los involucran, cómo pretenden establecer vínculos, cómo les proponen desafíos conjuntos. De esta manera el editorial se articula con las categorías contexto, tipos de periodismo, revistas y claramente con la de lector.

Tiene frente a sus ojos la nueva propuesta de Tucumán Zeta. Como quien se cambia el traje para cada ocasión, el diseño anterior nos quedó corto y un poquito incómodo para ofrecer el contenido periodístico que planificamos para esta segunda etapa. La crónica de acá es nuestro Norte y siempre lo será. Nosotros contamos historias locales, esos “cuentos que son verdad”, en palabras del maestro Gabriel García Márquez. (...) Tenemos un formato nuevo: en la versión anterior, publicábamos cuatro crónicas por edición. Los tiempos entre cada edición, cuando estuvimos activos, fueron de dos o tres meses. Ese lapso se nos hizo largo y nos distanciaba de Usted. Pensamos entonces aumentar la regularidad de publicación. Así que cuando tengamos lista una nueva historia la vamos a subir.

Desde *ULTIMOROUND* decidimos pasar del papel a la red. La decisión, previsible en algún punto, se debió a una situación particular y a la vez general. La particular es que ya no teníamos ganas de priorizar la producción de la revista objeto de papel a la comunicación en sí misma. En cuanto al dinero, no estábamos teniendo pérdidas, pero sacar a la calle el objeto revista nos exigía un gasto de tiempo y cabeza en trabajos que poco tenían que ver con nosotros (...) La decisión, hasta ahora, es muy buena. Los *megusta*, compartidos y visitas a la web crecen de una manera bastante vertiginosa, y la balanza de nuestro tiempo de trabajo favoreció ampliamente el periodismo en desmedro de la planilla de cálculo cruda y dura. Ojalá nuestros lectores y lectoras también puedan interpretar alegremente este cambio; es decir, que la frialdad de lo electrónico sea ampliamente compensada con la calidez de nuestro compromiso comunicacional.

Anfibia es una revista digital de crónicas y relatos de no ficción. Se propone desmalezar algunas zonas de la realidad argentina e internacional, con especial énfasis en América Latina, y ofrece un

viaje literario con el mayor rigor periodístico e investigativo, desde los nuevos relatos de la contemporaneidad. Creada por la Universidad Nacional de San Martín, y con el apoyo de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, *Anfibia* se propone una alianza resistida por lo más clásico de la academia y del periodismo: la de los nuevos relatos con los nuevos académicos, intelectuales de lo fractal, ya desatados de los corsets teóricos. Lo anfibio es el cruce de los discursos del periodismo hacia las fronteras académicas y de los discursos de la teoría y el análisis hacia las nuevas narrativas. Pretende ser el elemento sintético de dos lenguajes que, al dialogar, entran en crisis. En ese sentido, *Anfibia* no es sólo una revista: es un ámbito experiencial.

Ajo es un proyecto de comunicación colectivo, una biomecánica de la integración. Nacemos de dos motores conectados: uno chico, que es acto, y uno grande, que es potencia. El motor chico lo hacemos quienes producimos contenidos. El motor grande, quienes nos leen.

Ajo es un proyecto de comunicación colectivo, una biomecánica de la integración.

Nacemos de dos motores conectados: uno chico, que es acto, y uno grande, que es potencia. El motor chico lo hacemos quienes producimos contenidos. El motor grande, quienes nos leen. Los/as periodistas y fotógrafos/as que participamos de **Ajo** tenemos un compromiso profundo con nuestro trabajo, respetamos este oficio y a quienes nos leen.

Aspiramos a que nuestros lectores sean activos. No buscamos meros consumidores de noticias, buscamos tejer relaciones. El proyecto arrancó en agosto de 2014, con el lanzamiento de nuestra revista digital. Le siguieron iniciativas editoriales, actividades culturales, realización de charlas, talleres y seminarios.

Hacemos **Revista Ajo** por necesidad: como periodistas y como lectores, necesitábamos un medio de segunda lectura. Uno que salte la vorágine de la actualidad noticiosa para encontrar otras profundidades, otras agendas y otros tratamientos de los temas instalados. Un medio que dedique el tiempo a la producción de contenidos periodísticos que hoy ninguna empresa mediática está dispuesta a dedicar. Hacemos periodismo de largo aliento.

De la decadencia actual de los medios de comunicación vamos a escapar a fuerza de deseo colectivo, de amor propio, de vocación transformadora. Es un problema compartido. Periodistas y lectores vamos a tener que salir juntos de esta crisis. La tarea: reeducar nuestra manera de contar, de investigar, de narrar, pero también de leer y de informarnos. Vamos a salir.

Ajo busca ser un pequeño aporte en este camino: una flecha en algún rincón difuso del laberinto, que señala hacia arriba.

11. Criterios de escritura:

La extensión de los textos

La extensión de los textos es una estrategia de escritura que se articula con los criterios editoriales, el estilo y la construcción de marca. Además, abre un horizonte de representaciones en torno a la lectura digital, estableciendo otra relación fuerte con la categoría de lector. Esta subcategoría se relevó en las entrevistas y en la totalidad de los documentos analizados contando con la herramienta de Word la cantidad de palabras o caracteres con espacios, entre otros datos. Resulta así que los textos del PLD tienen una variabilidad de entre 10 y 200 párrafos; considerando que las recomendaciones de escritura para notas generalistas en la web rondan entre tres y nueve párrafos.

Al respecto, mucho se ha dicho sobre el “largo aliento” que tienen las producciones del periodismo literario y las contradicciones que estarían trazando en relación con la escritura digital. No obstante, si complejizamos esas ideas iniciales encontramos que la web no presenta limitaciones del mismo modo que el diario de papel o la revista, donde es necesario “llenar” o completar con texto determinada cantidad de páginas maquetadas. Por ejemplo, en el diario de papel, a la cantidad de caracteres⁸⁴ la determina la publicidad previamente vendida o asignada. En una página que no lleva avisos publicitarios, se requieren unos 12 mil caracteres con espacio aproximadamente, en tanto que para llenar media página o una con publicidades, se necesitan 3 mil (en un diario de 26 x 40 de caja).

El espacio disponible para el texto entonces es el que queda luego de ubicar título y foto, dependiendo de los otros factores señalados por lo que los textos impresos cuentan con menos lugar para su desarrollo. En el caso de medios “sin caja”, diseñados para la web, hay mayor libertad en torno a la extensión que queda supeditada a las posibilidades de lectura secuencial y a los criterios editoriales que se nutren del conocimiento (o de las intuiciones) del medio sobre los modos de lectura de sus seguidores. Si se quiere, el desafío es más que cuantitativo ya que se busca conocer

⁸⁴Información de un diario local en su versión de papel, donde el programa utilizado para el maquetado fue *In Design*.

más al lector para anticipar hasta donde es capaz de leer, lo que no equivale a los tiempos de permanencia en la web⁸⁵.

Lo anterior se vincula a que, por ejemplo, el texto más corto en la muestra de *Ajo* es el editorial *AjoxAjo*, que tiene alrededor de 300 palabras o 1700 caracteres con espacio. Sin embargo, dentro de los textos que responden al género crónica, la menor extensión es de 13 mil caracteres con espacios de *Flores para calmar el dolor*, es decir alrededor de 2.200 palabras; mientras que la mayor extensión en la misma publicación está en *Sé lo que hicieron en el diario El Atlántico* con 5.600 palabras, más de 33 mil caracteres con espacio. Se trata de un informe narrativo que cuenta el vaciamiento del periódico marplatense.

En el caso de *Anfibia*, el texto *Borges, una excelente persona*, publicado en julio de 2013, tiene 845 palabras, o 5 mil caracteres con espacio (que excederían cualquier página de diario impreso); mientras que el texto *Qué es el periodismo literario*, de Leila Guerriero, posee 8.528 palabras, es decir, 48.800 caracteres con espacio, es decir el equivalente a más de cuatro páginas sin publicidad en el diario impreso o 16 páginas de Word. Ese texto también se constituye como el más extenso de la muestra.

La extensión sin dudas nos habla también de recursos y de lo que en efecto es posible publicar, pero también hace referencia a que la crónica, como ya dijimos, perdió espacio en los diarios y lo ganó con este tipo de proyectos, siendo que ya tenía lugar asignado en las editoriales, aunque lo cierto es que no todos los cronistas tienen acceso a la publicación de sus crónicas en papel, a menos que sean figuras destacadas o al menos con determinada trayectoria en el campo del periodismo narrativo o literario. En consecuencia, las revistas digitales son una vidriera de producciones emergentes en distintos puntos del país y se constituyen como lugares formativos de nuevos cronistas que, no sólo quieren establecer un diálogo profesional y estético sino también transformador de sus contextos de producción.

⁸⁵ Es interesante hacer referencia a los modos y técnicas de medición de audiencias en la web, los cuáles no presentan formas acabadas para los contenidos periodísticos y géneros específicos. Ver el siguiente artículo shorturl.at/itLX0

Entre los textos codificados de *Tucumán Zeta*, el de menor extensión es *Derrote el terror*, con 1.400 palabras, 8.600 caracteres con espacios, y el de mayor, *Ger Riarte te desnuda*, con 5.900 palabras, lo que equivale a 33.200 caracteres con espacio. Como ya se mencionó (en el capítulo que presenta a las publicaciones) en una entrevista de televisión por cable⁸⁶ se pregunta a los integrantes del Consejo de redacción de *Tucumán Zeta* por la cuestión de la extensión de los textos del periodismo literario en formato digital. Pedro Noli contestó que el promedio resulta entre 4 y 5 mil palabras. Noli recordó en esa charla las características del género, una categoría que consideramos que se vincula estrechamente a la extensión. Otras relaciones posibles de la extensión son su articulación con el diseño y la fotografía, aspecto que desarrollamos más adelante.

En *Islandia* hay una referencia a una artista ilustradora en un texto que tiene la menor extensión, *Los ojos se retiran*, 197 palabras o 1096 caracteres; mientras que *Nosotras* sumó 312 palabras y 1755 caracteres; como también otro de corta extensión que se tituló *La adrenalina en Córdoba* que es una conjunción de texto y fotografía y que analizó los dibujos de una fachada en ruinas. El texto más largo resulta ser la *Entrevista a Esteban Falcón* con 3.340 palabras y 20.500 caracteres con espacios, publicada en noviembre de 2016. La extensión en esta publicación da cuenta de que existe una relación con el género y también un vínculo con el estilo, que resulta determinante.

⁸⁶ Entrevista realizada en octubre de 2012 por Renzo Cirmigliaro a Pedro Noli, Exequiel Svetliza y Bruno Cirmigliaro. La misma se encuentra en YouTube, y un texto al pie del video señala “Entrevista a redactores de la primera revista de periodismo narrativo del norte argentino (www.tucumanzeta.com) del programa de televisión por cable Vox Populi emitido por Supercanal (...)”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=AS9D3O4w-t8&t=3s>

La submuestra de *Último Round* permite reflexionar precisamente en torno a la relación extensión-subgénero. Siendo una publicación que apuesta a la entrevista, trabajarla implicó reconsiderar los conceptos y categorías empleados en la muestra general sumando algunas nuevas. En relación con la extensión, hubo editoriales –al igual que en las demás revistas– que fueron más cortos que el resto de los textos. Es el caso de *Del papel a la red*, publicado en 2015, se cuentan 706 palabras y 4.427 caracteres con espacios. En *Escuchar a Pedro Lemebel*, la función del texto es solo de presentación del soporte multimedial (sonoro) y la extensión equivale a 321 palabras o 1.800 caracteres con espacio. En contraste, el texto más extenso es la entrevista a Diego Capusotto, *Macri es la nada, loco*, con 4.421 palabras y 24.885 caracteres con espacios.

Por su parte, *Deodoro*, una revista hecha de papel y volcada al soporte digital, tiene un texto de 822 palabras, 4872 caracteres con espacios, *Crónicas de celuloide*, aunque el relato está dividido en dos partes. Se trató de un recurso que utilizan algunas revistas, brindando una crónica “por entregas” o en más de una edición (también aparece en el caso *Big Sur*). No obstante, *Deodoro* publicó una suma de textos provenientes del debate poesía/política que tiene 3.600 palabras o 21.450 caracteres con espacios.

Telaraña Digital, publicación que también nació de papel, presenta una crónica de 200 palabras, y 1.316 caracteres con espacio: *Hablan los candidatos a presidir*, relacionado a la política universitaria; mientras que *Bernardi la leyenda*, la historia de un personaje local que realizó hazañas, suma 2700 palabras, es decir, 13.400 caracteres con espacio.

Finalmente tenemos en cuenta las revistas que incorporaron en su construcción de marca y de estilo la categoría extensión. Resulta que, en el período estudiado, *Escritura Crónica* publica un texto titulado *Perder el juicio*, con 303 palabras, 1694 caracteres con espacios, mientras que su opuesto en extensión es *Un pueblo de doce personas y una cancha de fútbol*, con 3.800 palabras o alrededor de 18.000 caracteres. Un dato interesante resulta ser que la moda para esta revista es, al igual que en otras del corpus, textos que rondaron las 1.100 palabras (cinco mil caracteres con espacios), aunque también publicaron con mayor frecuencia que otros textos de alrededor de 500 palabras, unos 3 mil caracteres con espacios.

Con *Malestar en la fábrica*, *Big Sur* ofreció 1.400 palabras-8.529 caracteres con espacios-. Se trata de una crónica que fue segmentada y publicada por partes, bajo distintos títulos. El texto menos extenso fue *Cámaras analógicas en tiempos de selfies*, con el equivalente a 424 palabras o 2570 caracteres con espacios.

Textos del PLD más extensos s/caracteres

Texto del PLD más extensos s/cant.pág

Textos más extensos de la muestra (126) ⁸⁷	Texto de mayor extensión en cantidad de palabras	Orden decreciente de textos más largos	Equivalente en páginas aprox.
<u>Qué es el periodismo literario</u> <i>Anfibia</i> (15)	8528	1°	16
<u>Ger Riarte te desnuda</u> <i>Tucumán Zeta</i> (14)	5900	2°	14
<u>Sé lo que hicieron en el diario</u> <i>El Atlántico</i> <i>Ajo</i> (12)	5600	3°	14
<u>“Macri es la nada, loco”</u> <i>Último Round</i> (12)	4420	4°	13
<u>Un pueblo de doce personas y una cancha de fútbol</u> <i>Escritura Crónica</i> (16)	3800	5°	7

⁸⁷ Cantidad de textos analizados por revista que componen la muestra total, sin considerar entrevistas, documentos de referencia ni capturas de pantalla que conforman el total de documentos primarios (200).

<u>Debate poesía/política</u> Deodoro (12)	3600	6°	7
<u>Entrevista a Esteban Falcón</u> Islandia (13)	3340	7°	7
<u>Bernardi, la leyenda</u> Telaraña Digital (17)	2700	8°	4
<u>Viaje al final de la fábrica</u> Big Sur (15)	1860	9°	4

Tabla de referencia. Textos más largos de la muestra por revista y su equivalente en páginas de Word (2012-2016).

Referencias de los entrevistados a la extensión

Como ya se ha señalado, la extensión de los textos forma parte de los criterios de escritura y editoriales, del estilo y también se constituye como un componente que incide en la construcción de marca. Lo anterior se evidencia en la relación entre los roles de edición y colaboración. Las interacciones que se suscitan entre editores y colaboradores al respecto pueden darse de manera informal o mediante un manual de estilo. En la entrevista con Agustín Marangoni, el referente especifica cómo se transmiten esos criterios en *Ajo* y cuáles son las prioridades de la publicación estableciendo la relación extensión-estilo.

Los textos no tienen en sí ningún tipo de consigna, ningún tipo de limitación y ningún tipo de clausula. Voy a mi ejemplo puntual: he publicado en revistas que tienen -vamos a suponer- 450 líneas, que son cinco hojas de Word y he publicado crónicas de viaje que tienen 15 hojas, que llegan a los 35 mil, 40 mil caracteres. Son crónicas muy extensas que sería imposible publicarlas en papel, a menos que sea en un libro (...). En *Ajo* no hay ninguna limitación con el tema de la extensión. Sí, hay una limitación en relación a la búsqueda y al estilo de los textos.

En otros casos la extensión se vincula con la categoría lector. Se señala en el texto *La redacción de Tucumán Zeta se volvió aula* que el perfil de los lectores de *Ajo* es el de destinatarios dispuestos a ser desafiados por las largas historias del medio.

Alguien pregunta por el límite de la crónica, por su extensión. Se pregunta si se leen textos de largo aliento. La batalla es esa, contestan a coro los cronistas: no hay límites. El desafío es hacer un producto que se deje leer.

En *Escritura Crónica* el proceso de construcción de marca está signado por la necesidad de diferenciarse y adaptarse al medio digital. De ahí la combinación extensión-estilo y lector. Agustina Grasso puntualiza cómo se toman las decisiones relacionadas a este aspecto tan importante para su revista.

(...) Cuando decidimos empezar a trabajar las redes y formar el equipo, empezamos a pensar que teníamos que tener una identidad y diferenciar. Nosotros usábamos mucho de referente a Revista *Anfibia* y varias personas nos habían comentado “Uh viste la crónica que salió ayer, no la termine de leer, me quedé mal y la dejé para más adelante” y un montón de gente me decía eso. Entonces yo empecé a pensar qué identidad podemos tener, por eso surge la bajada: “Crónicas ágiles para una realidad apurada”, porque sabemos que hoy en día, sobre todo la gente de las ciudades, tiene muchas actividades, mucha cosa, pero a la vez tiene sus tiempos muertos –qué se yo- viajando, y tenés siempre un dispositivo móvil a mano. Entonces como tratando de adaptarnos a esa realidad es que dijimos que sean textos cortos, que eso no quiere decir que igual sean textos con mucho laburo, porque no se hacen en 10 minutos; la verdad es que nos llevan un montón de tiempo. Esa es la propuesta ya directamente al cronista: si quiere publicar algo largo sabe que *Escritura Crónica* no es el lugar para hacerlo. (...) Y más o menos tenemos un promedio de 4 mil caracteres. Por ejemplo, la de Mamá Cultiva es una crónica que salió la semana pasada y tiene 5 mil. La dejamos un poco más larga porque estaba muy buena y seguirla cortando era mucho desperdicio. Tampoco es que somos recontra estrictos, pero tratamos de tener ese promedio.

Leandro Groshaus de *Islandia* y Martín Ale de *Anfibia* (en ese orden de citas) también hacen referencia a criterios concretos vinculados a la extensión en relación con la lectura digital y el diseño, como parte de los criterios editoriales. En el caso de *Islandia*, predomina

Generalmente tratamos (tratamos digo porque a veces no podemos lograrlo) de que sean producciones cortas pensadas para un consumo web con un lenguaje no muy críptico. A veces escribe un sociólogo o también alguien que trabaja en semiótica te manda un texto que por ahí es muy académico o trabaja con un lenguaje muy propio de la disciplina y ahí sí pedimos que tenga un lenguaje que pueda ser entendible por la gran mayoría de las personas. (...) Tratamos de que no supere las tres carillas más o menos.

Con todos los colegas con los que he hablado, coincidimos en que la gente no está leyendo en tablets. La tablet aparece en un momento donde los celulares también agrandaron la pantalla. Nosotros tenemos siete por ciento de lectores en tablet, comparado con el teléfono, que fue del 29 en 2015 al 51% este año. Y eso que no tenemos desarrollada una aplicación, sino que es *responsivo* nada más. Pero es blanco, pleno, discutí mucho con los diseñadores por eso. Nosotros tenemos el lujo de que no tenemos que poner tantas cosas como otros. Y yo sostengo lo que digo con estadísticas: a medida que crecen las pantallas de teléfono se incrementa el tiempo de lectura. La gente en el teléfono me lee más un artículo largo que en la compu. (...) Si el relato está bien escrito, si tiene claves de interpretación, si el relato interpela emocionalmente a la otra persona, le van a dar ganas de leerlo. Y el teléfono nos ayudó un montón con eso, contrariamente a lo que se piensa.

El testimonio de Bruno Cirnigliaro de *Tucumán Zeta* permite pensar en el mismo sentido el vínculo entre la extensión, la marca y las competencias adquiridas por los lectores.

Cuando empezamos a contar a la gente qué íbamos a hacer antes de hacerlo, todo el mundo nos decía que estábamos locos (...) “Pero si no se leen más de 140 caracteres, solo titulares”, que esto y que esto otro, nos llenaron de aforismos y de dogmas de las nuevas tecnologías. Pero nosotros teníamos como horizonte a muchas otras revistas que veíamos que también eran digitales -caso Soho, caso Etiqueta Negra, en sus versiones digitales, porque están en papel también- y ahí había gente que sí leía la crónica larga. Entonces nosotros decíamos si está bien contada, si lo hacen en otros países ¿por qué acá no se va a leer? En todo caso nosotros proponemos otra cosa diferente y se acercará la gente que le gusta leer un texto largo, tomar un café en un recreo de su laburo, o a la noche o el fin de semana, leerse una crónica como quien se lee un cuento. Entonces, la premisa de la extensión la verdad es que nunca le dimos pelota a eso que dicen y a esa tendencia de que la gente lee poco (...) fuimos también medio rebeldes en ese sentido, la verdad que escuchábamos esos consejos y escribimos el texto que se nos canta, y la extensión la manejamos en cuando a la completitud del tema, según el laburo que cada uno ha hecho de reportería y lo que tiene desgrabado, y todas las fuentes, bueno, todo el laburo de investigación a partir de ahí cuenta su historia, y si la historia se le hace larga si está buena y no aburre hasta el final, la publicamos (...) Estamos hablando y hay como un acuerdo tácito también eso es cierto, de no pasarnos de las seis mil palabras. Con seis mil palabras, hablo de 14 páginas de Word, lo cual es bastante, entonces más o menos si se va a arriba de 6 mil es como *epa!*, pocas crónicas de Tucumán Zeta pasan las 6 mil palabras, pero están entre 5 mil y 6 mil casi siempre.

Fabrizio Lombardo de *Último Round* refuerza la idea de incidencia entre extensión y tipo de lector.

En general para un artículo, 10 mil caracteres es una cantidad más que generosa para los tiempos que corren, si no se torna una revista más de otro tipo que no...no no yo no creo que sean universitarios los lectores. (...) Así como ya es difícil publicar novelas que tengan más de 300 o 400 páginas, ya nadie escribe novelas de 700 páginas, de la misma manera las notas yo ahí los criterios que manejo son los del cansancio en la lectura, de la rapidez con hoy que se consume, que tiene que ver con esas cuestiones. ¿A qué lector apuntás con notas de 40 mil caracteres, de 30 mil caracteres? ¿Quién te va a leer toda esa nota, ¿quién tiene ganas? Además, ¿tanto hay para decir? El lector que yo conozco, es un tipo medio, que labura que está cansado, que tiene hijos, o los pibes mismos no te van a leer, se cansan de estar en Facebook, imaginate cuánto se pueden cansar de estar en una revista militante.

Segmentos o subtítulos

Si bien la extensión se trabaja como un criterio de escritura y editorial, lo cierto es que las separaciones tienen un uso estratégico que facilita la lectura de textos largos dado que el lector no es consciente del paso de las páginas cuando lee en la web, por lo que la secuencialidad es una herramienta esencial que además determina apertura y cierre de las subtramas dentro de los textos.

Sobre el total analizado, y de acuerdo a la modalidad con que fueron codificados, el valor encontrado con mayor frecuencia es de entre una y tres separaciones que permiten secuencializar, valor seguido por otro grupo que cuenta con entre cuatro y seis separaciones o subtítulos hacia una cantidad máxima de 21 separaciones. Salta a la vista que las separaciones dependen de la extensión, y que están relacionadas con los nodos centrales de la historia que muchas veces se presentan a partir de la recreación de escenas e introducción de conflictos y personajes.

Se encontraron cinco textos de entre 16 y 21 separaciones. En términos gráficos, las separaciones se marcan con subtítulos o asteriscos que son presentados usualmente, incluso alternados gráficamente para abrir un nuevo tema dentro del mismo texto. Otra opción son los números para efectuar otras divisiones menores dentro de las crónicas y ensayos y por momentos también pueden encontrarse otras marcas gráficas como las fechas. La fecha y la hora dentro de los textos también dan sensación de veracidad de los hechos presentados.

5

Pescar descansa la ansiedad. Las siluetas de los pescadores dicen: lo que nos inquieta nos apacigua. Las siluetas flotando en el lago de los pescadores dicen: estamos tocando otra cara del tiempo.

Pescar desteje rabias. La tanza en el agua nos dice: soy un hilo entre dos deseos. La tanza invisible y tirante en el agua nos dice: soy una vena de ilusiones.

6

Después de navegar unos diez minutos hacia el interior del lago, Gastón desaceleró el motor del bote. En silencio, miró hacia la costa donde habíamos zarpado y achinó los ojos buscando foco. Agachó la cabeza para mirar al ras del agua y dijo: "Por acá está la cosa, muchachos".

El agua del lago San Roque estaba tersa y morena. Entre la

o.com.ar-Bie Citas 2:20 Canté pri (4:1314-4:1) Códigos Separación 4-6 (108-0) Memo Análisis (0-0 Comentario) - Super

P 2: revistaajo.com.ar-Bienvenidos al Paseo Aldrey.pdf

1. La sabiduría infantil del famoso "canté pri" proviene del derecho romano: "Prior in tempore, potior in iure", que quiere decir "primero en el tiempo, mejor en el derecho". Este principio fue el que utilizó quien era el intendente en aquel entonces, Gustavo Pulti, para determinar que, de las propuestas presentadas en simultáneo, la declarada *Iniciadora* fuera *Emprendimientos Terminal SA*. El propio intendente informó que ningún otro aspecto de los proyectos en juego —características arquitectónicas, cuestiones ambientales, beneficios económicos, etc.— fueron considerados para tomar la decisión. La determinación quedó en manos de los sellos de la Mesa General de Entradas de la Municipalidad de General Puerredon: el 20 de diciembre de 2009, ETSA ingresó su proyecto a las 8:30, mientras que el Grupo Roig lo hizo a las 12:25.
2. Un detalle adicional: si miramos con detenimiento el Expediente, el proyecto de ETSA tiene un sello anterior al de Mesa de Entradas. Lo ingresaron al municipio el día anterior, 19 de diciembre, a las 19:00 (un horario no administrativo). El sello pertenece a la Secretaría Privada del intendente, que estaba a cargo de su esposa, Lucila Branderiz. Allí lo recibieron fuera de horario administrativo y a primera hora de la mañana siguiente lo hicieron ingresar a Mesa de Entradas, dándole al proyecto la performance temporal que luego le permitiría ser considerado el primero y, por lo tanto, el *iniciador*.

Y el ganador es...

En una [entrevista con Victor Hugo Morales en Radio Continental](#), Gustavo Pulti explicó que el criterio de selección fue de acuerdo a "lo que aconseja, desde un punto de vista jurídico, toda la doctrina: que el primero en presentarse es el que debe ser declarado iniciador"

Lector~

Fuentes documentales

Lector~

Separación 4-6

Fuentes medios generalistas

Ejemplos de separaciones numéricas en los textos de la muestra.

Entre los recursos de anticipación que apuntan a llamar la atención del lector a textos de larga extensión, consideramos al encabezado o bajada, que tiene entre tres y cinco líneas, cuya función es destacar lo más importante. Asimismo el mejor modo de denominar este elemento es llamándole “encabezado”, dando por supuesto que la bajada suele contener oraciones que no necesariamente están relacionadas entre sí, aunque en los textos analizados suele haber relación entre las líneas que anticipan la trama.

La introducción de la entrevista puede incluir o no un encabezado, pero además se extiende más allá y sirve para reconstruir un momento desde donde comienza la narración y propone una escena o rasgos del personaje, incluyendo de manera posterior datos de interés o aspectos que serán trabajados en el texto. También encontramos narraciones en torno a las dificultades que tuvo el cronista para conseguir dicha entrevista o valoraciones y descripciones del lugar donde se producirá el encuentro.

La introducción puede tener como extensión –contando al encabezado- alrededor de cinco o seis párrafos antes de la transcripción de las preguntas y respuestas típicas de toda entrevista. Es una escritura cargada de autorreferencialidad, mismo elemento que puede emplearse para dotar de atractivo a la primera línea de los textos, y/o al punto de vista. El encabezado y la introducción también se emplean para la redacción de perfiles, haciendo y anticipando del mismo modo datos del personaje perfilado.

Otras estrategias empleadas tienen que ver con explicitar un punto de vista desde el narrador omnisciente, también hay usos de la *Nota de la Redacción* (NdR), las enumeraciones o listados, la intertextualidad, los monólogos internos, la pregunta retórica, la incorporación de relatos hechos por los personajes, uso de refranes, mención de objetos que toman significación en la narración y se evidencia una especial atención al cierre de las historias.

A continuación, trabajamos los recursos de escritura que más se repitieron en los textos de la muestra, es decir, 1) el uso de citas, 2) descripciones y 3) diálogos; sumando otros tales como 4) uso de fuentes la 5) creación de escenas, 6) autorreferencialidad, 7) la introducción de personajes, 8) singularidad de los conflictos, 9) tramas y 10) territorios.

Citas

La cita devuelve la palabra a los personajes, considerando que hay frases que sólo ellos pueden decir, o que sólo dichas por ellos tienen la fuerza que requiere el relato. Lo que aportan

suele ser veracidad, aliento investigativo y datos en torno a sus culturas, lo que representa, en ocasiones, una invitación a empatizar con el personaje o narración. La cita investigativa muchas veces corrobora o aporta datos puntuales a través de fuentes.

En función de lo analizado, se identificaron citas directas, indirectas y párrafos mixtos. Las primeras son las dichas entre comillas o que siguen a guiones y que no poseen intervención del narrador. Las segundas pueden ser parafraseadas y cuentan con la interposición del narrador, dejando frases sin editar pero sumando verbos de decir antes o después del entrecomillado. La tercera opción muchas veces tiene la extensión de párrafos, contando con frases directas y una segunda parte parafraseada y/o indirecta, todo depende de cierto *timing* o ritmo del texto.

El lugar donde se explica la finalidad de las citas es el taller de escritura. Señalan en una relatoría de *Tucumán Zeta* que el uso de citas corre por cuenta del cronista.

(...) los segmentos se alternan como el cronista lo disponga, no hay alguna recomendación de cómo se tienen que suceder. Volviendo a la parentela con el documental es vital buscar un equilibrio tal como la construcción que hace en el cine. El montaje que propone el cronista tiene que ser funcional al cuento que arme. Qué vale más para cada texto es una decisión a tomar.

Es necesario decir que no todas las citas fueron contabilizadas, aunque sí se codificaron las más significativas en los textos analizados. El resultado de esta codificación implicó que las citas aparecieron como un recurso muy empleado por el periodismo literario de las maneras antes señaladas, siendo requeridas en mayoría las indirectas en crónicas e informes periodísticos narrativos, aunque se encontraron otras que se dejaron intactas para dotar de fuerza a las composiciones redactadas. En el caso de la entrevista, las citas directas se traducen muchas veces en transcripciones textuales de lo que responde el entrevistado tanto en este subgénero como en el perfil. También se encuentran en las crónicas que hacen referencia a testimonios o que reconstruyen un personaje.

La cita indirecta suma un verbo de decir o dos puntos para atribuir los dichos a alguien, aunque el texto del personaje en cuestión puede estar o no entrecomillado. Otras veces, se indica quién hablaba y luego se continua con una cita directa. En los casos en los que la frase comienza con un guion identificamos interrelaciones entre los modos de citar y el uso de diálogos.

Descripciones

La descripción aporta datos al lector (sobre todo en lo que contextualiza a un hecho, personaje y/o conflicto) y a la vez posibilita el avance en la secuencialidad de lectura e interpretación. En este sentido, consideramos que la descripción funciona en conjunto con las citas y la autorreferencialidad. Cuando se extiende más de un párrafo, la consideramos “trama”, algo que va más allá de la descripción de un objeto o persona y que posibilita al lector comprender lo que se dirá a continuación o que se viene diciendo y que hace al núcleo narrativo, ya que le permite atar cabos.

La descripción no implica solamente puntualizar detalles, sino elaborar una sucesión de datos de lo dicho, del ambiente, de una situación, o de un personaje, es decir, es narración puesta al servicio de otorgar densidad a la historia creando el contexto de la acción. Puede estar sucedida por una cita directa que amplía, y confirma lo que la descripción adelanta. Esta subcategoría presenta propiedades que aparecen con mayor frecuencia en la muestra: descripción del personaje, de acciones y de los territorios y ambientes. A continuación presentamos relaciones llamadas “débiles”, es decir, entre la subcategoría y alguna de sus citas.

Ejemplo de descripción de personaje. (Documento Primario 5), Revista *Ajo*, Galleros.

Sin embargo, quienes viven como Leopoldo raras veces pisan el supermercado. Para qué hacerlo. La comida se pasea bajo la mesa picoteando migas de pan y además, pone una docena de huevos por día. A lo sumo van hasta el almacén del barrio (un mostrador detrás de unas rejas de pulpería) a buscar un paquete de arroz, un pan de jabón o un rollo de papel higiénico. El resto está en los corrales.

Revista *Anfibia*, (DP37), La belleza del cuerpo femenino.

Múltiple campeona de culturismo, le gustan el escenario, la fama y mirarse en el espejo. Su cuerpo, disciplinado, con los músculos como en un rompecabezas, evidencia una superioridad en un arte en el que la mayoría falla. Seguir una rutina diaria de ejercicios y atarse a una alimentación rigurosa suele resultar una tarea faraónica. Dueña de una voluntad inquebrantable, Estela se multiplica en distintas figuras: más grande, más fibrosa, más fuerte; cambia de look como si la carne fuera ropa cosida a mano.

Telaraña Digital, (DP193), Los discursos de Don Luna.

Con cada trago se le colaba el pasado a Antonio Luna. Ese de la militancia arriesgada, de las cagadas a palos, del Luche y Vuelve. El cortocircuito en su cabeza hacía explosión en su pecho y entonces ya no podía quedarse ahí sentado a la mesa, sin hacer nada, siendo que al general Perón lo tienen en el exilio, que estos gorilas no lo dejan volver, que no escuchan al pueblo que pide su retorno. Y

entonces tenía que hacer algo, expresarse, gritarle a la gente la necesidad del regreso del general, lo bien que le hizo a la clase trabajadora, los buenos tiempos que llegarán con su vuelta.

Descripción de ambientes y lugares. Revista *Anfibia*, (DP 48), Cuartetero.

Por las calles cercanas al Estadio del Centro las chicas resisten el frío con actitud y piel de gallina. Las polleras apenas tapan las colas y los pantalones ajustados muestran cuerpos sinuosos. Las panzas están al aire, estoicas. Los físicos masculinos son más huesudos que musculosos y aunque algunos usan jeans y remeras o ropas más producidas, otros se visten de gala de otra manera, con remeras de fútbol, joggings y gorrita. El vestuario cuartetero contiene muchos estilos y los jóvenes marcan pertenencias y distinciones a partir de ellos.

Ejemplo 2, Descripción de ambientes y acciones (narración). *Telaraña Digital*, DP194, No vas a poder.

La caja de Gonal es blanca. Adentro un cartucho prellenado en jeringa y agujas. En la habitación de nuestro departamento paranaense, él programa las 300 unidades de la hormona folículo-estimulante humana. A él siempre le salen muy bien los cálculos, pienso. Mi cuerpo tiembla. Dudo si el pulso acompañará el momento exacto de acercar la pluma al bajo vientre, plegar la piel en un rollito y presionar hasta que el líquido penetre la dermis.

Ejemplo 3. Documento P181. Revista *Deodoro*. Judith Butler en Buenos Aires: el tiempo de la pregunta. Descripción de ambientes y lugares.

El punto de encuentro es La Biela, el mítico café detrás del cementerio de Recoleta: ahí se veían Borges y Bioy Casares casi a diario (Bioy vivía en un piso muy cerca con Silvina Ocampo), encuentros de los que hoy queda el libro y dos estatuas sentadas a una mesa del café donde algunos curiosos se sacan fotos. Del otro lado de la vidriera, los muertos de nuestra historia ven aterrizar turistas y palomas. Sale la combi rumbo a Tres de Febrero, y después de una marea de autos que amenaza con transformarse en *La autopista del Sur* llegamos a la cuarta fila del anfiteatro. Afuera, unas cuatrocientas personas previamente inscriptas esperan para encontrar lugar; del otro lado de la puerta, Butler por pantalla gigante.

Descripción de acciones (narración). Documento P195. *Telaraña Digital*. El miedo es el mensaje.

El golpecito de su celular suena hasta hacerla rabiar. Otra vez son ellos, me dice, me tienen harta. Me lee: una camioneta blanca sospechosa, anda despacio por la calle de mi casa ¿llamamos a la policía? Me terminan asustando estos pelotudos. Le digo que no les haga caso, que son unos paranoicos, que miran mucha televisión, que silenciá ese grupo de WhatsApp. Ella resopla su indignación, se queja con otra puteada, se le endurecen las cejas, las pestañas y los labios estirados hacia afuera. Pero no lo

silencia. Deja el teléfono sobre la mesa de luz y se recuesta sobre su montaña de almohadas y almohadones. Está empezando el noticiero de la medianoche.

Descripción de personajes y acciones (narración). Revista *Anfibia*. Documento P40. La china invisible.

María Quispe está parada detrás de su puesto. Trata de abarcar todo con la mirada: la mercadería, la gente que pasa, la chica que le ayuda a vender. Mantiene algo de los rasgos de su tierra: el pelo negro y larguísimo termina en dos trenzas y usa una pollera de raso hasta debajo de la rodilla. Es amable para atender. Habla con la clienta tucumana y extiende un palo de escoba hasta quedar en puntas de pie. Se balancea sobre la mesa y sonríe cuando encaja el gancho de la punta en un corpiño rojo que cuelga del techo de su puesto.

-Disculpe que se la haga difícil Doña María, -dice la compradora- pero ese corpiño es para un amigo. Deme el más grande de todos.

Descripción de personajes y ambientes. Ejemplo, DP P178, Revista *Deodoro*, Pascual el Hombre detrás del Conde.

La puerta cede y el Conde aparece enfundado en pantalón, camisa, zapatos y sobretodo negros. Me da tres besos y me indica que lo llame como más me guste: Pascual o Conde. Después me pide que no deje mis bolsos en el suelo. Que mejor en el sillón, que él sabe por qué me lo dice. Le hago caso y tras dejar mis pertenencias me siento frente a él que sonriendo abre el cajón de su escritorio, saca un jugo *Cítric* de naranja, sirve dos vasos, le pone la tapita y lo vuelve a guardar en el cajón de madera. Su silla también es negra, tiene pegadas un montón de estrellas de papel glasé y unas mini-lucecitas de colores que se prenden y apagan como si la oficina del Conde fuera el único lugar donde todo el año es Navidad.

Descripción de lugares. Revista *Big Sur*, DP161: Las farmacias mapuches en el centro del capitalismo.

Un grupo de turistas canadienses rodea las góndolas tratando de entender a qué clase de local entraron. Afuera leyeron la palabra farmacia, pero allí adentro no hay Bayer ni Roche para curar sus enfermedades. Una de las señoras se levanta el jogging y le muestra sus várices a la empleada haciendo el gesto de estar colocándose una crema. Esta regresa unos segundos después con un ungüento con un olor fuerte. Los canadienses pagan contentos y se retiran. A los pocos segundos entran a un local de Adidas. Los argentinos van y vienen, pero ya no existen las naciones: existen iPhones, playstations, Panasonic, Phillips. Los turistas caminan por las calles mirando vidrieras, caminando despacio y hasta chocándose entre sí. En un momento de su recorrido leen “Farmacia

Mapuche” y frenan sorprendidos: están en Chile, están en América Latina y aquí una vez hubo un pueblo que resistió la conquista y hoy, de alguna otra manera, sigue resistiendo, ya no con flechas, sino con delantales blancos.

Diálogos

El diálogo es un fragmento del texto que suele estar precedido por un guion, donde se introduce la voz de un personaje y se explicita el intercambio entre ese cronista y el personaje o de los personajes entre sí. Son fundamentales porque a veces revelan a quién hay que escuchar para comprender la historia. A la vez el diálogo dota de frescura al texto aportando particularidades de los modos de decir que develan rasgos culturales, sociales o psicológicos del personaje, algo que ocurre tanto en el perfil como en la entrevista y la crónica.

Además, el diálogo puede ser utilizado de otras maneras. En principio de modo indirecto, sumando explicaciones del periodista, verbos de decir, o paráfrasis; en segunda instancia y como herencia del nuevo periodismo también se emplean diálogos transcritos, es decir aquellos que reflejan de manera textual lo que dijo el personaje o los personajes y el cronista, sin más agregados. A diferencia de la cita directa, el diálogo cuenta con más de una frase o afirmación y muchas veces incluye enunciados y/o la/s pregunta/s o comentario del cronista. Este tipo de modalidad favorece a conservar también las expresiones, formas del habla, etcétera. Una tercera opción codificada es lo que denominamos diálogo ficcional, que consiste en la reconstrucción de un contexto y la invención de “lo que pudieron haberse dicho” los dos personajes del relato en una o más circunstancias.

El diálogo además puede ser parte de la descripción de una acción, personaje, ambiente o territorio. Junto con el uso de citas y descripciones, además de la autorreferencialidad, el uso de diálogos resulta uno de los recursos más empleados por el periodismo literario digital.

A continuación detallamos cada caso, mostrando las relaciones entre estas subcategorías y sus citas. Ejemplo. DP132: Fuego en la piel, *Escritura Crónica*.

—Sabía que iba a terminar trasnochada. Yo siempre era la boluda que tenía que llevarlos a todos a sus casas, porque como todos tomaban, nadie podía manejar.

A las 05:30 de la mañana, él la fue a buscar a su dormitorio para que lleve a sus familiares, a quince cuadras de su casa.

—Pero como yo me negaba a levantarme, me sacó de los pelos de la cama, me desfiguró la cara a trompadas, y así y todo fui a hacer dos viajes. Él fue de acompañante. Más allá de lo que me había

pasado, que era muy natural y común el estar golpeada, me dije: no importa, cuando lleguemos a casa se va a dormir en el asiento del auto. Después se va a levantar y va a hacer de cuenta que nunca pasó nada.

Revista *Big Sur*, Documento primario P156: Malestar en la fábrica

—No son vacaciones — contestó un Eduardo, uno de los operarios con más de un contrato de experiencia en la fábrica.

—Bueno no, pero seguro el año que viene nos llaman. A vos te vienen llamando seguido ¿O no?

— Si seguido es un par de meses por año... entonces sí — sentenció un tanto resignado.

—No son vacaciones. Lo seguro es que nos quedamos sin trabajo. No hay nada que festejar.

Diálogo transcripción. Revista *Último Round* Documento P107: Entrevista a Pascual Serrano.

¿Ya tiene un título?

No, no hay título... el libro está muy avanzado, ¡le falta menos de un mes y no tenemos título! (Se ríe por lo bajo).

¿Se refiere a que falta menos de un mes para terminar el original?

No, no... ¡para enmaquetarlo! (Más risas).

Revista *Islandia*. DP84: Compañeros son los huevos

La invitación fue amplia e inaugura nuevos cruces. Algunas de las que viajamos no nos conocemos, pero alrededor de la mesa se despliega esa especie de lenguaje universal de la mujer militante que orienta los primeros comentarios y garantiza la empatía:

– Me fui hasta Cosquín a dejarle los chicos a mi mamá, y hoy había arrancado en el laburo a las 6 de la mañana.

– Les preparé unas presitas de pollo, solamente las tienen que sacar del horno... ¡y espero que después laven los platos!

– Ojalá no volvamos muy tarde porque el domingo le festejo el cumpleaños a mi hijo más chico.

– Yo este fin de semana pedí licencia de abuela.

Diálogo ficcional. DP13. Revista *Ajo*. Cuando Walsh solo escribía.

No está mal como primer rudimento del nuevo género, pero le falta estilo, mirada ajena. Usted solo quiso expulsar a un gobierno del poder —diría la voz que no parece de un ser humano, susurrante, mientras el cuerpo que la contiene y la sufre, sorbe pausado el brandi.

—Lo suyo es una prosa de genio, no hay dudas al respecto. Pero ni siquiera denuncia la tenencia de armas que causa zozobra en su país. Es una visión estetizante que agoniza frente al poder de la historia que la hacen los pueblos con sus luchas. La literatura debe dar respuesta a la subversión de las necesidades —le contestaría, en caso de haberse verbalizado el primer diálogo, el otro, desde el extremo opuesto de la mesa, alternando la mirada entre el rostro niveo que lo enfrenta y la cuchara en el café que revuelve automática.

—Pero eso ya no es literatura, es un panfleto coyuntural, ajeno a las bondades que propone el arte. Nace con fecha de defunción —insistiría, orondo, el de manos pequeñas y de seda, antes de expulsar el humo del cigarrillo.

DP 5, Galleros, Revista *Ajo*.

Los gallos entrelazan sus cuellos, y enseguida giran con rapidez, es el round de estudio. Mientras tanto -en dos tribunas enfrentadas- el público se para, grita, alienta y hace apuestas. Muchas. Cincuenta pesos la mínima.

— ¡Vamo', vamo, vamo'! ¡No se quede carajo! —grita desaforado un petiso que tiene una botella de Coca en la mano.

— ¡Cien a Chávez, voy cien a Chávez! - insiste otro como si no lo hubieran escuchado.

Uno de los animales toma carrera y salta con los espolones sobre el adversario, que cae y se levanta con la agilidad de un gato. La forma en que se levanta de una caída es fundamental para saber si vale la pena apostar a favor de ese gallo, me dice Leopoldo.

Fuentes

La noción de fuentes equivale a personas, documentos, bancos de datos, medios generalistas, páginas web oficiales o no, y testimonios de los que se basa el cronista para contar su historia. A la vez, las fuentes ponen en diálogo los relatos con el afuera del texto, en términos contextuales, y apelan al lector dado que brindan diferentes jerarquías a las distintas voces en virtud de dotar de calidad y amplitud de miradas a los textos. Por ejemplo, encontramos que el informe narrativo equivale a una crónica más orientada a la investigación que resulta ser especialidad de las revistas *Ajo*, *Anfibia* y *Telaraña Digital*. Allí las fuentes académicas o las testimoniales sirven como información ampliatoria que redimensiona las problemáticas planteadas y tratadas.

En las crónicas que giran en torno a temas de “sociedad”, -ejemplo, la crónica Galleros en Revista *Ajo-*, las fuentes académicas se presentan de manera distinta, más asociadas al tema y desde anécdotas y escenas contadas por el cronista. En ese tipo de textos, se les da igual prioridad a las fuentes testimoniales. Esto quiere decir que en el universo de la crónica rige una exigencia de pluralidad de voces aunque la jerarquización de las fuentes tiene que ver con el tipo de subgénero que se esté trabajando.

No obstante, la apertura a diferentes voces es característica de los textos analizados, los cuales presentaron una tipología de fuentes que se agruparon en seis grupos posibles: fuentes organizacionales cívicas (organizaciones sociales, sindicales, de la sociedad civil); fuentes especializadas (académicas, judiciales, no académicas ni judiciales, sino profesionales); documentales (documentos de archivo, leyes, otros); estadísticas (oficiales, otras fuentes estadísticas); medios generalistas incluyendo webs; y testimoniales (con nombre, en off).

De las anteriores, se encontró que las más utilizadas por el periodismo literario o narrativo son tanto las especializadas, académicas y judiciales como las testimoniales (alrededor de 50 menciones cada una sobre el total de unos 150 textos); luego las documentales (alrededor de 26 veces); las oficiales (20 veces); siguió la información atribuida a fuentes cívicas y estadísticas (10 veces cada una); y finalmente los medios generalistas y sus versiones digitales se emplearon como fuentes un total de 5 veces.

En el caso del perfil, se modifican los usos antes detallados dado que las fuentes más empleadas son las testimoniales.

Ejemplo: Uso de fuentes. Revista *Anfibia*. *The Villa Cañas affaire*.

Con todos los datos y testimonios que pude juntar, puedo afirmar que la visita de 2005, a la que hizo referencia Silvia, fue la única vez que los tres hermanos volvieron juntos a Villa Cañas.

En la crónica investigativa predominan las fuentes judiciales. Revista *Anfibia*. El caso Nisman (DP55).

La mayoría de las 24 fuentes judiciales consultadas por el equipo de *Anfibia* dan por real y por conocida la relación estrecha entre el fiscal y la Secretaría de Inteligencia. Ese fue el pacto desde el inicio, cuando en 2004 el entonces presidente Néstor Kirchner impulsó la investigación poniendo a la Secretaría de Inteligencia al servicio de la flamante UFI AMIA, a través del espía que luego se convertiría en enemigo del kirchnerismo, Antonio “Jaime” Stiuso. Siempre en estricto off the record, las fuentes admiten que el caso Nisman deja al descubierto una zona de convivencia admitida,

normalizada e histórica: la de los servicios de inteligencia con la justicia federal. Once personas que trabajan en altos puestos de la justicia federal, cuatro que trabajaron en la fiscalía con Nisman, tres querellantes, seis ex funcionarios importantes de Justicia o Seguridad lo admiten y describen. En este punto crucial, veinte de ellos –casi todos—están de acuerdo: esa relación es carnal. Los únicos que no lo confirman, tampoco lo niegan: prefieren –aclaran ante las preguntas– no hablar del tema.

En el caso del ensayo, las fuentes más utilizadas son las especializadas, académicas y los testimonios. DP 11. Revista *Ajo*. Ensayo Mundo porno.

En un estudio realizado en 2007, Top Ten Reviews estimó que las ganancias de la industria pornográfica en todo el mundo habían alcanzado los 97.060 millones de dólares, más que la suma de las diez compañías informáticas más grandes de aquel momento, entre ellas Microsoft, Google y Amazon.

La escritora y licenciada en ciencias políticas británica, Sheila Jeffreys, sostiene que la pornografía se ha convertido en una plataforma de lanzamiento en occidente para la industria global del sexo (que incluye, además, a la prostitución, las cadenas de clubes de striptease y la trata de mujeres que se desarrolla para proveer a esta creciente industria).

A continuación presentamos un cuadro que tiene como finalidad graficar el uso de fuentes y para eso elegimos una de las revistas del corpus. Comprobamos así lo que ya especificamos - existe una fuerte relación entre el empleo de fuentes y voces con el tipo de subgénero y marca que se esté trabajando-. En este caso específico, los textos informativos y de investigación de *Ajo* tienen un uso de diversidad de fuentes, mientras que los que hacen referencia a personajes en la misma revista reducen esa amplitud dado que brindan más espacio a otro tipo de recursos.

Empleo de fuentes en *Ajo*

Revista <i>Ajo</i> /textos	Cantidad de fuentes	Tipos
¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó?	7 fuentes	Profesional (1) /testimonial (4) /oficial (Ministerio de trabajo) /documentales (2) estadísticas-leyes

Bienvenidos al Paseo Aldrey	8 fuentes	Judicial (1)/oficial municipal/medios generalistas (2)/documentos contratos-ordenanzas (3)/testimonial (ex -funcionario)/profesionales (académicos, sociólogo, geógrafo, 2)
El juego del Papa	12 fuentes	Medios generalistas (6)/ oficiales/documentos(3)/profesionales (2) (escritor, abogado)/testimoniales (1)
Flores para calmar el dolor	5 fuentes	Testimonial (2)/documental (3)/
Galleros	3 fuentes	Testimonial (2)/académica(1)/
Otro sacrificio para el dios agroindustrial	8 fuentes	Testimonial (2)/profesional (1)/judicial (1)/documental (1)/estadística (1) organizacionales cívicas (2)
Quién suena reggae	2 fuentes	Testimonial (2)
Relatos de un Chalchalero	1 fuente	Testimonial
Sé lo que hicieron en el diario <i>El Atlántico</i>	7 fuentes	Documentales (2)/testimoniales (3)/organizacionales cívicas (sindicales) (1)/declaraciones o información que circuló en Twitter relacionada al caso (1)
Los fachos	4 fuentes	Testimoniales (3) documentales (1)
Mundo porno (ensayo)	9 fuentes	Redes sociales (1)/especialistas-profesionales(4)/académicas (1) estadísticas (1)/documentales(1) testimoniales (1)
El periodismo convencional es una	1 fuente	Testimonial

burocracia gigantesca (entrevista)		
Cuando Walsh solo escribía	Alrededor de 10 de archivo documental	Fuentes documentales (al menos 10 textos de la obra de Walsh más una entrevista con Ricardo Piglia)
Promedio de fuentes empleadas	3,2 x texto	

La cantidad y el tipo de fuentes empleadas revela cómo el medio ancla su temario dotándolo de verosimilitud y profundidad investigativa. A la vez, este recurso contribuye al objetivo de las revistas de dialogar con sus contextos y permite pensar en las voces que los periodistas habilitan en sus trabajos pensando en una calidad informativa determinada y en el interés de sus lectores. Como anticipamos, *Ajo* presenta en mayoría más de cuatro fuentes enunciadas mientras que, en los textos donde se buscó material de archivo (como la crónica sobre la obra de Rodolfo Walsh), hubo mención de una decena de fuentes documentales haciendo un recorrido por la obra de Walsh y sumando una entrevista con Ricardo Piglia.

Una cantidad similar tiene la crónica *El juego del papa* donde el material de trabajo principal son notas de los medios generalistas, documentos y referencias a profesionales y testimonios. Hay, además, cuatro textos con tres fuentes o menos, aunque la razón tiene que ver con que allí se priorizaron aspectos estilísticos y que se buscó conjugar más voces testimoniales de los personajes centrales, como en el caso de la crónica *Relatos de un chalchalero* (*Ajo*), la entrevista a Sergio Ciancagliani (*Último Round*), y la crónica *Quien suena reggae* (*Ajo*), donde el cronista comparte su propia experiencia para contar las horas que compartió con la banda musical.

También se encontraron datos no atribuidos a fuente alguna aunque parecieran provenir del trabajo con documentos y testimonios *en off*. De ese modo, esa información se presenta junto a las descripciones de las dificultades para el hallazgo de respuestas en torno a ciertos temas.

Se conjuga entonces a las voces profesionales y expertas como también a las testimoniales y cívicas en los primeros lugares y se añade también a las fuentes estadísticas en articulación con el aliento narrativo de la crónica.

Así este modo de conjugar estilo, género y uso de determinados recursos, resulta contrastante con el panorama de los medios generalistas.

En un artículo para la revista *Letra P*⁸⁸, Zunino (2018) hace referencia al estudio del Observatorio de Medios, Democracia y Ciudadanía sobre ocho de los principales medios digitales del país (*MDZ, Uno, La Capital, Los Andes, La Voz, Página/12, Clarín, y La Nación*). Allí revela que la cantidad de fuentes citadas -durante los años 2017 y 2018- equivale a 1,43 por nota “muy lejos de las al menos tres que exigen los manuales de periodismo como garantía mínima de calidad informativa”. Además, el 57,2% de esas fuentes son oficiales, entre las que se destacan los poderes del Estado y funcionarios de gobierno, seguidas por otros actores sociales con poder político o económico, como sindicatos y empresas que, tienen garantizado el acceso a las agendas mediáticas generalistas a través de sus agentes de prensa.

En contraposición los ciudadanos y organizaciones sociales logran tener voz a partir de casos individuales identificados como “principalmente policiales”, y bajo la modalidad de testigos o víctimas.

Pellegrini y otros (2011) hacen referencia a la misma tendencia, aunque en los diarios generalistas impresos de Chile, Perú, Colombia y Argentina. El empleo de fuentes profesionales o expertas y las testimoniales quedan supeditadas a un segundo o tercer plano. En los cuatro países los niveles de relevancia –índice que hace referencia a la cantidad de fuentes empleadas- son similares y se ubican entre 2 y 2,5 (sobre un máximo de 4 en 2004), y van a la baja en todos los países en 2009, al ubicarse en el rango de entre 2,1 y 2,2 fuentes por texto (Pellegrini y otros, 2011, pág. 156-157). Si bien la prensa argentina y la peruana aparecen con la cobertura de mayor relevancia (en torno a las 2,2 fuentes por nota), el escaso uso de fuentes se sostiene y dicha situación es transferible a la prensa mundial, en un fenómeno que aleja a los medios mencionados de un rol social.

Dicha tendencia alcanza además a otros géneros y productos comunicacionales del periodismo. Por ejemplo, la Defensoría del Público monitorea los noticieros televisivos en Argentina, donde es posible corroborar que en el período 2013-2017, hubo un decrecimiento del tiempo promedio de duración de la noticia a nivel general, por lo que de manera relacionada se contó con menos posibilidades de incorporar fuentes a dichos relatos. En consecuencia, la relación fuente/noticia pasó del valor 1 entre 2013-2014 (1,12 y 1,02 fuentes por noticia) a una probabilidad mucho menor de empleo de otras voces además de la del periodista (es decir de 0,98 y 0,82) entre 2015 y 2017.

⁸⁸Disponible en <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-10-25-18-53-0-medios-digitales-quien-tiene-la-palabra>

Para Amado (2018), la situación da cuenta de la crisis del periodismo, en relación con “la poca importancia que se les da a los ciudadanos tanto como fuentes y protagonistas de las noticias en general, y como lectores de los diarios en particular” (Amado, 2018, pág. 68).

La autora afirma que “la mayoría de las noticias tienen fuente única, que son mayormente personales (en el 63% de las noticias) antes que documentales” y que “los ciudadanos aparecen en una de cada diez noticias, lo mismo que sus organizaciones”. A la vez, habla de un periodismo sin base fáctica y cargado de denuncias atribuidas a terceros. “El periodismo de opinión es altamente valorado (...) sin embargo, los indicadores que ponen al periodismo de intervención como el rol que más aparece en los diarios no necesariamente replican el estilo comprometido de expresión de opiniones y propuestas, o de un periodismo en primera persona” (Amado, 2018, pág. 68 y 69).

Creación de escenas y objetos de la narración

La escena implica la descripción de una acción determinada en un ambiente o territorio geográfico o simbólico donde tiene lugar. Se trata de un recurso del periodismo literario que lo emparenta con el cine y el teatro, ya que permite organizar la narración concentrándola en hechos puntuales, en actos que tienen principio y final y a la vez aporta secuencialidad al relato.

Como en el teatro, la escena se relaciona al espacio donde se presentan e interactúan los personajes, *al frame* de la acción e interacción, por lo que en la escritura puede haber diálogos transcritos o con comentarios internos del cronista en la búsqueda de reconstruir hechos desde sus singularidades en articulación con un espacio y tiempo. Aparecen además en la escena lo que denominamos objetos clave: un árbol, la casa de la infancia de Mirtha Legrand, libros, tatuajes, una caña de pescar, etcétera. Como en la ficción, el objeto funciona como aquello que tiene efecto de sentido en la escena y en la trama.

En el caso de la crónica *The Villa Cañás affaire (DP50)*, publicada por *Anfibia*, un árbol a la entrada de un pueblo sirve como recurso para construir un hilo argumental y además como elemento que une narrativamente al cronista y a sus entrevistados en la práctica, sumándose después la casa familiar como segundo elemento, cuya referencia ayuda a conocer la personalidad de Mirtha Legrand detrás del personaje. En el mismo sentido, podía encontrarse un tercer objeto: una carta con la que el narrador hace un ejercicio de intertextualidad con la finalidad de suscitar expectativa y sostener la narración.

En el caso de la crónica "La china invisible" de Hacher (*Anfibia*), donde se narra lo que ocurre en La Salada, el acto de matar a un conejo, que sirve de objeto y embrujo para la curación de dolores físicos y espirituales, también es ejemplo de uso de esta herramienta y contribuye a la descripción narrativa de un ambiente y territorio metafísico naturalizado por sus habitantes.

Se añade el uso de los tatuajes y las gestualidades en "Soy Cuartetero" (*Anfibia*) donde estos trazos materiales y simbólicos -es decir- los tatuajes, ayudan a la descripción de una cultura urbana como señal de pertenencia e idolatría. En otras crónicas, las corporalidades se equiparan al objeto: el objeto-cuerpo que da sentido y espacio a las expresiones sobre una identidad posible (*La belleza del cuerpo femenino*, Revista *Anfibia*, P37).

A la vez, hay una mirada sobre la escena y los objetos que se presentan a través de la fotografía, sobre todo, en lo que hizo a entrevistas y perfiles. Esta otra mirada, la fotográfica, se complementa con la del cronista reafirmando sus ideas o en otras oportunidades, en contraposición, destacando otro punto de vista que va en paralelo al relato. Fueron otros ejemplos la foto de la cronista con un pañuelo improvisado a modo de velo islámico en Después de Jirad, revista *Anfibia* (DP46); los muros con dibujos de La adrenalina en Córdoba, *Islandia* (DP89); y la fotografía de la camiseta en Albiazul, *Islandia* (DP97).

Como se dijo, la creación de la escena puede sumar descripciones, diálogos, objetos y personajes a los que el lector tiene acceso para experimentar y analizar más allá de lo que en efecto lee, es decir que todos estos recursos abren el texto a situaciones que son tanto connotadas como denotadas y que pueden estar cargadas de emotividad. La escena también puede equipararse a una fotografía descripta si ese es el propósito de la historia. De esta manera, la escena produce el efecto esperado si contextualiza la acción yendo incluso más allá de lo dicho.

Ejemplos.

Documento primario 1, *¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó?*, Revista *Ajo*.

En uno de los tantos sillones mullidos, bien oscuros y amplios que decoran el Club House, un hombre lee *La Nación*. Muy discretamente levanta la mirada. Tras unos segundos, la vuelve a bajar y así sucesivamente. Se nota que le intriga la presencia de cuatro inspectores en el restaurante del barrio privado. Algo similar le pasa al señor de jogging y barba blanca que acaba de llegar, que se sienta mucho más cerca de la barra y pide "lo de siempre": un sándwich tostado y una gaseosa de marca. (...) El hombre y el señor observan cómo el Ministerio de Trabajo de Provincia y una comitiva de agentes del sindicato de Gastronómicos chequean las condiciones de empleo de las pocas personas que un jueves al mediodía trabajan en el Club House: una camarera, un cocinero, y

Luciano, un muchacho joven y coqueto que los inspectores inscriben como encargado, aunque él se presente como “socio” del titular de la concesión.

Revista Tucumán Zeta, *En una calle oscura, ellas rien*, (DP 66).

Era casi la medianoche y en el barrio San Cayetano se escuchaban los ecos de una cumbia cuando Priscila caminó las siete cuadras que separan su casa de la casa donde la esperaban Soledad y Giselle, dos amigas travestis. Ahí se despojó de sus ropas de varón y las chicas, mayores y con más experiencia que ella, la asesoraron para que eligiera la pollera y los zapatos que mejor le lucían. Se decidió por una pollera blanca muy corta, una remera roja y unos zapatos negros de tacos altos que la hacían caminar con torpeza. Era sábado y las tres querían verse despampanantes para ir a Diva, el boliche de Rivadavia 1312 que reúne en sus pistas a gays, lesbianas, transexuales, drag queens y curiosos de todo tipo. (...) Paralizada por el miedo, Priscila vio como Hugo se alejaba en la moto repitiendo aquella vieja amenaza que ella conocía, pero que esta vez no sonó sólo como una simple advertencia. Le dijo que volvería para pegarle un tiro.

Revista *Islandia*, *Buenos muchachos*, (DP 93).

La escena se carnavaliza. Zurdos, repiques, tamborines, cuícas y pandeiros sambean el himno del vasco. Las banderas de caña de bambú llegan con aires nuevos. Su ondulación corta el ardiente sol siestero y regala soplos refrescantes. Los muchachos se juntan, amontonan, mezclan. Los cuerpos que durante horas se hacinaron en un colectivo piden moverse, pero fusionados, confundidos en uno. En una masa compacta saltan y cantan. De la caterva brota Pedro, se escapa del anonimato y encara en mi dirección, arrastrando una sonrisa que sabe a deber cumplido.

Revista Último Round, *Un bonsai para entender el mundo*, (DP102)

Apenas una hora después estamos ubicados en una casa antigua de la calle Ituzaingó, refugio del escritor cada vez que vuelve a Argentina (vive en Cataluña desde hace trece años). Javier me hace la segunda y se trae unas preguntas entre manos; Agustina llegará más tarde para tomar las fotografías. La noche es inmejorable; el Chiri está prendiendo el fuego.

Como ya se señaló hay una estrecha relación entre la creación de la escena y la descripción de lugares, de personajes, y del tiempo (en tanto día, mes y año como también del clima), y de aspectos que ubican al lector en una circunstancia y acción determinada.

Un pueblo de doce personas y una cancha de fútbol (DP141), Revista *Escritura Crónica*.

El sol pega como un látigo violento. Caminar por las calles de Berreta –todas de tierra- se parece a formar parte de una película ambientada en el lejano oeste. Sólo falta que el viento haga rodar un cardo. Los vecinos no están en la vereda, tampoco hay vereda. Todo es pasto. Más tarde sabré que si

bien los pobladores se conocen entre sí, pueden pasar días sin verse o saludarse. Son cuatro familias que no están emparentadas: dos parejas mayores, una mujer que vive sola y un matrimonio con cuatro hijos y un abuelo. Las casas no están una pegada a la otra. Hay hasta tres cuadras de distancia. La vegetación es muy tupida y eso impide ver a largas distancias. Sobre lo que sería la calle principal – también es de tierra y la vegetación la invade- en pie hay restos de construcciones. Una de ellas, a principios de los años 20, funcionó como una estación de trenes, donde hoy quedan los cimientos, las ventanas rotas, restos de ropa y de comida como si alguien hubiera vivido allí, además de las ratas. Frente a ella hay una edificación amarilla de cemento que perteneció al correo y otra a la comisaría. Ambas están deshabitadas y exhiben una gruesa costra de polvo. Todo es silencio, salvo por el canto de los pájaros.

Personajes

La subcategoría permite observar la introducción de sujetos de la narración. Se trata de personajes que no sólo tienen una función testimonial sino que también intervienen en la acción y por ende en la enunciación, la resolución o sostenimiento del conflicto. Los personajes se presentan además como recursos de secuencialidad, ya que su introducción constituye un modo de iniciar progresión de acciones, por lo que al ingresar a la trama aportan nuevos datos. Sin embargo, el tipo de género utilizado también pone límites a la cantidad de personajes que se proponen para sostener una historia, aunque la crónica puede ofrecer tanto personajes centrales como secundarios, con menor grado de importancia.

Administrador de memos [UH: UH-PLD (eFoto)]

Memos Edición Miscelánea Imprimir Visualizar

Buscar

Familias

Ver todos los

Nombre	Tipo	Fund...	De...	Ta...	Autor	Creado	Modifica	DPs	Familias
Análisis	Com...	0	0	805	Super	25 12 20...	29 12 20...	-	
ANFIBIA	Com...	0	0	228	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
CATEGORIA GÉNERO NARR...	Com...	0	0	243	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
COD "FRASE"	Com...	0	0	419	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
COD ESCENA	Com...	0	0	151	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
COD EXTENSIÓN	Com...	0	0	1962	Super	30 12 20...	31 12 20...	-	
COD INTERACTIVIDAD	Com...	0	0	2231	Super	29 12 20...	30 12 20...	-	
COD PERSONAJES	Com...	0	0	1437	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
COD PUNTO DE VISTA	Com...	0	0	1278	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
Codificación por párrafos	Com...	0	0	324	Super	27 12 20...	27 12 20...	-	
Comunidad interpretativa	Com...	0	0	853	Super	28 12 20...	28 12 20...	-	
CRITICASALATF	Com...	0	0	1311	Super	30 12 20...	30 12 20...	-	
DISEÑO EMERGENTE	Com...	0	0	100	Super	29 12 20...	29 12 20...	-	
DISEÑO SISTEMÁTICO: LOS ...	Com...	0	0	692	Super	24 12 20...	29 12 20...	-	
DISEÑO SISTEMÁTICO:LA P...	Com...	0	0	1284	Super	24 12 20...	29 12 20...	-	
DPs "PERIODISMO"	Com...	0	0	121	Super	28 12 20...	28 12 20...	-	
FAMILIAS	Com...	0	0	108	Super	25 12 20...	25 12 20...	-	
Genéro	Com...	0	0	223	Super	25 12 20...	25 12 20...	-	
Genéro entrevista	Com...	0	0	522	Super	19 03 20...	19 03 20...	-	

Cada revista construye distintos personajes y modalidades de descripción y presentación para dar marcha a sus relatos narrativos. En el caso de Ajo, los personajes un elemento que hace a la trama. En el caso de Anfibia, y también de AJO, se distinguen clasificaciones de los personajes quienes adquieren densidad y valor por s los hay referentes de expresiones artísticas y culturales contados desde un punto de vista diferente (El chalchaletero por sus historias, el gallero que construye una m posibilidad para los personajes: aquellos que son conocidos en las localidades desde las que se escriben las revistas pero que son presentados por su incidencia en Atlántico y la coneción del Paseo Aldrey; y finalmente, personajes que resultan fuentes del tercer sector y otros que sólo aparecen con nombre o son circunstanci en el ensayo de Matassi en Anfibia.

Captura de memorando sobre personajes en Atlas.ti

Asimismo los personajes del perfil se diferencian de los de la crónica. Si bien el primero hace referencia a una persona y su mundo, los trabajos de este tipo tienen como objetivo caracterizar la singularidad de un personaje central por lo que los testimonios, descripciones, diálogos, y el aliento narrativo giran en todo de ese propósito. En la crónica, en tanto, los personajes pueden ser un recurso más, apareciendo una sola o más veces en el tratamiento del texto. En el marco de esa trama, hablan de sí mismos o de otros personajes y siempre tienen un rol en torno al conflicto planteado. Las descripciones de personajes pueden ser breves o estar extendidas a lo largo del texto, caricaturizadas, simples, parciales, exhaustivas, estáticas o dinámicas. Además los diálogos entre los personajes posibilitan la ambientación de la acción.

Pensados como sujetos de los relatos, los personajes que aparecen en la crónica tradicional no eran necesariamente famosos y se acercaban mayormente a perfiles “raros”, que podían estar desposeídos o ser personas en situaciones vulnerables. En cambio en la crónica digital los personajes son los habitantes de los territorios de interés, tanto poderosos o reconocidos como desconocidos. También se hace referencia a referentes del pasado reciente, lo que demanda un trabajo especial de reporteo con importantes cuotas de archivo y documentación.

Tucumán Zeta los trabaja desde lo ultralocal, mostrando precisamente una singularidad a partir de un gran reporteo que fundamenta porqué un sujeto en cuestión se vuelve personaje principal al ser destacado por la publicación como parte de la cultura e identidad del lugar. Si bien el perfil retrata a un personaje, las crónicas también pueden hacerlo aunque dedican menos minuciosidad, dejando más o menos claro el porqué de la aparición de cada uno en la trama.

Si pensamos en las propiedades que habilita el concepto de personaje decimos que *Escritura Crónica*, opta por ejemplo por compartir su componente dramático. Así Flora se convierte en otra *Bailarina en la oscuridad*⁸⁹, tal como se lee en Como mulas (DP137).

Flora es boliviana, tiene 42 años y en el momento en que decidió ser mula su hija tenía 12 años y un problema de audición que necesitaba de una operación de casi 7 mil dólares para que no quedara sorda. Según detalla su fallo, una vecina le dijo que tenía un conocido que sabía de gente que llevaba droga en el estómago a Europa por U\$5000, saliendo de Bolivia; o U\$4000, desde Buenos Aires. Así fue que la contactaron y emprendió el viaje. Un viaje que terminó con una condena de 4 años y 6 meses en la unidad 31 de Ezeiza, Argentina, una de las dos cárceles donde el sistema penitenciario argentino aloja a extranjeras procesadas y condenadas; la otra es la Unidad 3 también en Ezeiza.

Último Round, ofrece un ejemplo en el que el personaje expone lo que puede estar pasando en su interior a partir de la acción en Lo que el posporno nos dejó. (DP113).

Con el cabello rapado a ambos costados, Rosario señala que cada dos por tres la viven echando del baño de mujeres porque piensan que es un tipo que se confundió de lugar. Habla rapidísimo: explica, opina, se emociona, se indigna, vuelve a explicar y todo eso, todojuntos; es una pequeña locomotora que parece no detenerse jamás. Comenta, radiante, que ahora mismo está trabajando en la organización de la próxima edición del Cine Migrante, que se realizará en Buenos Aires en septiembre y contará con la presencia, ni más ni menos, de la prestigiosa filósofa y activista feminista norteamericana, Judith Butler (...)

⁸⁹ *Dancer in the Dark* (Bailarina en la oscuridad, en Argentina; o Bailar en la oscuridad, en España, y Bailando en la oscuridad en México) es una película danesa de 2000 dirigida por Lars von Trier.

Islandia, propone un cronista que a la vez es personaje en DP93: Buenos muchachos.

Thiago entona canciones de Los Auténticos Decadentes, Ráfaga y La Mona Jiménez. Yo, con algunas cervezas de más, pierdo toda timidez y lo acompaño. Somos el centro de atención. Desde mis espaldas escucho una canción de Boca Juniors. El portavoz es Adriano, un petiso de cara arrugada como perro Sharp Pei. Sus remangadas patas de gallos y sus laxos cachetes parecen ser más por una vida de risa fácil que por una edad que con suerte araña los cuarenta carnavales. Me pregunta si soy de Boca, mi cara responde y después de pronunciar por tercera vez B-E-L-G-R-A-N-O se encoge de hombros, pega la vuelta y comienza a cantar una canción del Vasco Da Gama. Mis compañeros de ruta saben tanto de fútbol argentino y sus hinchadas como cualquier periodista deportivo consagrado en la Argentina. Sus vastos conocimientos chocan con la avenida General Paz de la capital federal.

En la crónica el Gordo Moneda tiene nombre, *Tucumán Zeta* (DP 74) apela al imaginario colectivo tucumano a partir de un personaje que se supone que es conocido por todos. No obstante, la riqueza del texto atrae a quienes no son de Tucumán, en ese ejercicio por universalizar un caso particular tal como lo plantea la crónica tradicional.

La semana anterior Raúl se echaba en el frente. Se acomodaba entre los dos escalones negros del estudio jurídico Elizalde. Dormía perpendicular a la vereda y quienes pasaban tenían que hacerse un poco al costado para no pisarlo. Tenía una bolsa blanca repleta con ropa usada de mujer que había conseguido esa misma mañana. Pensaba que la podía vender porque entre las prendas había descubierto un par de sandalias que le parecían valiosas. Junto a él estaban los restos de su cena: el papel gris que envolvió su comida, pintado en la parte de abajo con la grasa de las hamburguesas, un tenedor de plástico y un poquito de arroz amarillo condimentado. Tenía también una Torasso sabor pomelo de 3 litros y cuarto que aún no había abierto. Al lado había una botella vacía de la misma gaseosa y el mismo sabor. Algo le pasó en la boca a Raúl. Tiene el labio inferior caído. Por la poca luz no pude distinguir si era un golpe o una infección. O bien, si uno conecta situaciones de vida de Raúl puede pensar que lo más probable es que sea una herida infectada por falta de higiene: Me contó que una vez un policía de la galería *La Gaceta* le pegó un cabezazo y lo hizo sangrar. Y me dijo que no tiene donde limpiarse, que antes iba a la iglesia San Gerardo, pero que no quiere volver más ahí porque unos linyeras le robaron unos pesos que tenía en el bolsillo. Tampoco quiere ir al albergue del Parque 9 de Julio, pero no sabe bien por qué. Dijo que lo vinieron a buscar para llevarlo, pero que esa noche les mintió. Les explicó que no podía ir porque al otro día tenía que encontrarse con su mamá. Y se quedó durmiendo en la calle. Cuando alguien le conversa y es un poco paciente, Raúl cuenta y pregunta. El diálogo puede ser coherente, pero por momentos se desbarranca. Se esfuerza para que uno lo entienda. Se pone nervioso, se impacienta fácil.

En Presidenta (DP200) *Telaraña Digital* cuenta la trayectoria de una dirigente estudiantil develando incluso los pensamientos (interior) del personaje.

Cuando Yamina ingresó a la agrupación, sus compañeros y compañeras caminaban las aulas desde hacía dos años y contaban con una mesita en un pasillo donde vendían algunos artículos. La idea era llegar al estudiantado. Pero el lugar creció y se convirtió en un merendero que contiene las becas de la UNER y del Inaubepro, el Progresar e información útil para todos. Hoy, en Ciencias de la Educación, también hay mesas de otras fuerzas políticas. Hay disputa real en la facultad. Yamina hace política universitaria “todo el tiempo”. A veces, intenta separar la vida personal en su barrio Paraná V de la militancia pero le resulta imposible. El compromiso está presente desde que se levanta: en su trabajo en Bromatología de la provincia, en el comedor universitario donde almuerza cada día, en el curso, en las tardes que sostiene las actividades barriales. No logra dejar de pensar en lo que se puede hacer para avanzar en las transformaciones.

De esta manera los personajes pueden asumir propiedades y variabilidad en virtud de aquello que se busca contar: pueden presentarse dramáticamente, dejar expuestos sus sentimientos y emociones internas, sus pensamientos, sus recorridos y trayectorias, ser personas poco conocidas o reconocidas en sus lugares de referencia, pueden ayudar al cronista a lograr su objetivo u obstaculizar su concreción e incluso él mismo puede presentarse en la trama como un personaje más.

En el caso del perfil y muchas veces de la entrevista el texto puede dedicar varias líneas para describir al entrevistado, pero lo que en todo caso cambia tiene que ver con el propósito que el cronista comparte con sus lectores, es decir, que la historia misma consiste en conocer más aspectos de una personalidad o de temas puntuales.

Por otra parte, la fotografía también asume la narración de personajes de modo directo o indirecto (a través de la persona o de sus objetos, lugares, trayectorias, etcétera).

Autorreferencialidad (uso de la primera persona del singular)

La autorreferencialidad requiere que la narración sea en primera persona. En el caso de la crónica, de la entrevista y del perfil resulta ser una herramienta clásica. Queda en cada cronista dotar al texto de la medida justa de autorreferencialidad para lograr dos sensaciones clave: equilibrio informativo y empatía con el lector sin llegar a ofrecer un exceso de protagonismo.

En los casos estudiados, el uso de la autorreferencialidad implica en muchas ocasiones un recurso para dar cuenta de las dificultades de los cronistas para obtener información o fragmentos en los que se busca que el lector comprenda ciertas situaciones desde lo emotivo o experiencial más que desde los datos duros. Ejemplo, (DP 2), *Bienvenidos al Paseo Aldrey*

—Eduardo, te escribo para pedirte bibliografía sobre Iniciativas Privadas. Es para un informe que vamos a publicar en Revista *Ajo*.

—Justo ese tema es el estado de la cuestión de mi tesis. No hay mucho material.

Bienvenido al tren fantasma.

Revista *Anfibia*. (DP46) *La vida después de Jirad*.

Cuando lo conozco no me mira a la cara. Se limita a extender su brazo para saludar e inmediatamente comienza a hablar en árabe con otro ex detenido. Será una entrevista difícil, pienso, de esas que quedan en la historia. Este hombre romperá todo lo pactado. Quizás eso sea parte de su forma de vida. Finalmente nadie lo respetó a él. Antes y después intentará evitar que lo entreviste. Una mujer entrevistando a un musulmán dogmático, víctima de la violencia de los Estados Unidos durante casi toda su vida, pero sobre todo, durante los últimos 12 años en los que estuvo detenido en Guantánamo, la cárcel sin ley, el encierro ilegítimo, el infierno preventivo.

A la vez existen otras finalidades. Una de ellas tiene que ver con que el cronista puede incluirse en una descripción para agregar datos desde la subjetividad poniendo en juego lo percibido por los sentidos (Ej. P5. Galleros, Revista *Ajo*).

Un olor fuerte inunda el ambiente. El líquido arde sobre la piel irritada, enrojecida. El paciente se sacude cual perro mojado. Pero tampoco ahora se queja. Por alguna razón, la escena me recuerda el vestuario, las sensaciones que teníamos los pibes antes de entrar a la cancha en pleno invierno. El técnico se paraba en la puerta con un frasco de alcohol en la mano y nos mojaba las mangas de la camiseta y el pecho -para que se abrieran las vías respiratorias, decía- a medida que íbamos saliendo. Mientras, nos arengaba como si fuésemos a jugar la final de la Copa del Mundo. Cuando arrancaba el partido y el aire helado de la mañana dolía, hundíamos la nariz en la camiseta y un fuego volcánico nos llegaba hasta las tripas. Revivíamos. Jugábamos como nunca, pero perdíamos como siempre.

En el texto de *Tucumán Zeta* (DP68), Ger Riarte te desnuda, la autorreferencialidad tiene que ver con explicitar inquietudes por parte del cronista, quien se constituye como un personaje más de la trama.

En este punto de la conversación, hablamos como dos hombres, ya no como periodista y entrevistado. Le digo, sin miedo a equivocarme, que conocer tanto a las mujeres le habrá permitido tener muchas armas de seducción para conquistarlas. Me dice que no. Que todo lo contrario. Que al conocerlas tanto su filtro es mucho más jodido, según sus propias palabras. No sólo ahora, sino en otros momentos de nuestros encuentros, notaré cierta obsesión por parte de Ger en explicar que su trabajo como fotógrafo de desnudos es algo sumamente profesional. Le hago notar mi reflexión y le pregunto a qué se debe esa obsesión, si es que hay gente que piensa lo contrario.

La subjetividad enunciada también permite dimensionar cómo es el ambiente y la situación en la que se produce un encuentro. *Último Round*, (P106) entrevista a *Diego Capusotto: Macri es la nada, loco*.

Hay apenas unos pocos parroquianos zampándose una milanesa con ensalada mixta o tomando un café con leche mientras leen el diario, y abundan las mesas vacías en El Progreso, uno de los bares notables de la ciudad. Es un lunes algo gris, hace rato quedó atrás el mediodía, y todo —Barracas, la esquina, el bolichito, la barra, los mozos, los comensales, las medialunas—transpira tanto Buenos Aires que enseguida me viene a la cabeza lo más porteño que conocí en la vida: mi viejo.

También la autorreferencialidad resulta un recurso en el ensayo-epistolar donde lo que aflora son los recuerdos y las emociones. Ejemplo en *Fuiste un lujo* (DP56), *Anfibia*.

Mañana te vas, Cristina, y la Argentina que dejás es muy diferente a la de aquella mañana fría del año 2000 en que subimos juntos en el ascensor. Y no sólo porque, gracias a los cambios de estos últimos años, Videla murió en la cárcel y otros cientos de genocidas de la dictadura fueron juzgados y condenados y ya nadie puede cruzárselos en ningún ascensor; también porque ya no se respira un aire de pesadumbre general ni hay tantos argentinos olvidados y destinados a pasar hambre a merced de las reglas del mercado. Y vos y yo tampoco somos los mismos que aquella mañana. Yo ya no soy un post adolescente descreído de todo que se interesaba por la política de la misma manera en que se interesaba por la literatura, como algo muy apasionante pero que no tenía injerencia real en la vida de los millones de argentinos. Ahora soy un papá responsable que dejó de sentirse parte de una vanguardia iluminada y escribe novelas y trabaja de cosas que le gustan. No voy a caer en el facilismo y la demagogia de decir que eso último te lo debo a vos, pero sí puedo afirmar que los años

de tus presidencias y la de Néstor coincidieron con los años más felices que viví. Y vos, Cristina, lograste convertir tu “optimismo panglosiano” en el gobierno más inclusivo y democrático de la historia argentina.

Otra de las dimensiones del concepto tiene que ver con la necesidad de dar veracidad a los testimonios recogidos. Revista *Ajo*, (DP6), *Otro sacrificio para el dios agroindustrial*.

Hugo conoce la zona como la palma de su mano. Nos habla de la nueva terminal llamada Sitio 0, de Lázaro, de Amado y de los chinos que pretenden hacer levantar y andar a este mega proyecto. El Galaxy nos deja en la puerta de FM Frecuencia Vital y sale para Necochea, donde Mónica expone la situación de los damnificados en el foro ambiental “Neco Natural: Ciudad consciente”, una serie de encuentros donde los habitantes de Necochea y Quequén comenzaron a discutir tópicos ambientales como la depredación de las dunas, el cuidado del río y la instalación de nuevas plantas de acopio de fertilizantes. Sin ambages ni eufemismos, dejará en claro su posición sobre lo que ocurrió ese día (...).

Una posibilidad más se vincula a un recurso de autorreconocimiento de los lectores al apelar a hechos que suponen vivencias compartidas. *Tucumán Zeta*, (P65), *Derrote el terror*

Con él estuvimos juntos cuando Tucumán ardía y la misma confusión en la que estaba sumida la sociedad nos invadía a nosotros. “¿Qué hacemos?”, nos preguntamos. Ya era martes. Un día antes había comenzado todo. Mareados ante tanto rumor y desinformación, nadie comprendía lo que está sucediendo. Cámara en mano, vamos a chocarnos con la realidad más profunda. (...) Salimos a recorrer las calles. A comprobar rumores. A ver lo que pasaba sin intermediarios. A sortear el cerco informativo, el terror organizado, el vacío de poder. Allí estaban las barricadas, el fuego que encandila, el humo como señal, la solidaridad confusa, el racismo doliente, la confianza, la desconfianza, el todos contra todos y el todos con todos. Junto. Mezclado. Fuimos a la comisaría segunda. Una protesta de vecinos había copado la calle. Llegamos cuando había corridas. Veo a un primo. La cara desencajada, los pelos enmarañados, los ojos abiertos en su máxima plenitud. “Le pegaron un tiro a un tipo, Sebi, los canas le dispararon”. Salgo corriendo. Encuentro un adolescente. 16 años. Me muestra la marca de la bala de goma. Les grita a los policías. Veo otro hombre, de unos 50 años. Es pelado, tiene una panza prominente. Me muestra dos heridas (...).

Finalmente, otra dimensión se asocia a las crónicas experienciales o Gonzo, donde el periodista pone el cuerpo a la historia que a la vez investiga y de la que pareciera que desconoce si tendrá o no final feliz. Esto ocurre en el caso de las crónicas publicadas por *Big Sur* donde se

describió la precariedad laboral en fábricas del sur de la Patagonia (*En la línea de producción*, DP158)

Ingresamos a la planta, nos dieron los zapatos de seguridad y el guardapolvo azul ahí nomás, “en la calle”. Me juntaron con dos o tres más, nos llevaron para desembalaje en la línea de IDU (*In Door Unit*, la parte del equipo de aire acondicionado que va dentro de la casa). Haber tenido detalles de ese trabajo no me ayudó en nada. Si Aire Acondicionado era duro, desembalaje era la parte más dura de la línea. Me dieron dos o tres instrucciones de lo que tenía que hacer: levantar la caja del pallet, ponerlo en una mesa, cortar los zunchos de seguridad con una trincheta, quitar con cuidado los ganchos de la caja e intentar no romperla, sacar el kit de adentro, arrancar unas 5 cintas adhesivas que mantienen todas las piezas juntas que trae el “*mock up*” (así se llama el equipo crudo que viene dentro del kit de ensamble que llega del exterior) y pasarlo a mi compañero. Nada de otro mundo.

Dotar de veracidad, describir, aportar detalles para comprender la acción o a los personajes e incluso al imaginario colectivo, explicar las dificultades del hallazgo de la información, dejar expuesta la transformación (racional, emocional, desde los sentidos) del cronista ante lo vivido son algunas de las finalidades del uso de la autorreferencialidad.

En la crónica *De las respuestas evasivas al discurso del poder* de Cecilia González (*Anfibia*, DP42), la cronista se propone reconstruir una escena desde el despliegue de lo subjetivo, por lo que analiza toda una política de comunicación a partir de manifestaciones de la comunicación no verbal -incluyendo lo que sabe sobre instancias de preparación de la entrevista y las expectativas, las emociones que despierta el anuncio del encuentro, las características y actitudes en el lugar donde la entrevista se realiza, el intercambio de impresiones y de gestualidad más allá del diálogo con el entrevistado-.

Resulta interesante que, en ese y otros casos, hay un correlato entre la autorreferencialidad y la posibilidad de que el o la cronista aparezcan en la foto con el entrevistado, algo que no es usual en otros productos periodísticos. Además, en el caso de la crónica *La vida después de Jihad* sobre el ex-presos de Guantánamo, de *Anfibia* (DP46), la autorreferencialidad permite presentar el punto de vista de la narradora en relación con un trabajo periodístico que se hace desde la incomodidad, ya que el refugiado musulmán no está contento con que ella sea de género femenino.

Allí la cronista utiliza el recurso de la autorreferencialidad para explicar su contrariedad puntualizando las dificultades de la comunicación cara a cara con el entrevistado, la obligatoriedad impuesta y un pañuelo que le cubre la cabeza como velo y condición para el diálogo, o los

problemas en general para el desarrollo del trabajo ya que "cada decisión fue debatida con referentes de organizaciones de izquierda, de apoyo a ex detenidos, de la central obrera uruguaya". Así describe: "en conclusión: sólo íbamos a saber qué sería lo que tendríamos cuando estuviéramos allí, en la misma habitación que él, hablando en inglés, con traductor de por medio, buscando un acuerdo".

Podemos sumar a lo anterior el ejemplo de la crónica *The Villa Cañas affaire* (DP50), donde la línea argumental que sigue el cronista es la del relato de sus esfuerzos por lograr hablar con el personaje principal, en este caso, la actriz y conductora. El narrador crea imágenes y escenas que dan cuenta de esa tarea laboriosa mediante un perfil que tiene rasgos de investigador y de aprendiz de cronista a la vez, que está algo obsesionado o tal vez ilusionado y que recoge pistas en su propio pueblo para acercarse a la presentadora televisiva y actriz de todos los modos posibles.

La primera persona aparece además como recurso estilístico legado de la crónica de papel (subrayado por la tradición latinoamericana pero también por la norteamericana, europea y el nuevo periodismo) y su propósito es alimentar el vínculo experiencial con el lector en un relato en el que se comparten situaciones y emociones.

La subjetividad del cronista también se relaciona con el acto de captar o compartir las reacciones de quien llega a un lugar y es interpelado por lo que percibe. Los antecedentes de esta dimensión hablan de la crónica tradicional y heredada, de los relatos de cronistas de indias, y de la experiencia de todo viajero que busca compartir lo que los nuevos territorios producen ante sus ojos.

Al respecto, Agustina Grasso, de *Escritura Crónica*, señala que en su medio fue necesario crear una sección específica llamada "En primera persona"⁹⁰ destinada a los lectores que prefieren historias con alto nivel de subjetividad.

La sección de primera persona tiene llegada porque la gente se siente identificada y le gusta leer testimonios. En esta sección hay una crónica que se llama *Una noche en el prostíbulo* de una de los miembros del equipo, Cintia; ella se hizo pasar de recepcionista en un prostíbulo y cuenta cómo es un día ahí, desde la primera persona, cómo lo vivió. También tuvimos colaboradores de otros países a raíz de una nota que nos hicieron en *Puro Periodismo* que es un sitio chileno. Hubo una crónica de una chica colombiana que habló de cómo es vivir en un pueblo donde se siembra papa, esa crónica también está buena (...)

⁹⁰ Disponible en: <http://www.escrituracronica.com/cronicas/category/En+Primera+Persona>

Si de identificación se trata, Una noche en el prostíbulo deja en carne viva la experiencia de quien ve por primera vez situaciones difíciles de anticipar. *Escritura Crónica. En primera persona* (DP 147).

Noto que los ojos de Estrella ya están rojos, aunque su maquillaje está intacto, también sus pestañas postizas. Varias cervezas compartió en la mesa con el cliente: es hora de entrar a una de las siete habitaciones. Observo que todas tienen un rollo de cocina en la mesita de luz, un espejo.

—Cobrame un pase por media hora -le dice Estrella a la recepcionista y apoya sobre el mostrador \$200.

—Tomá -la recepcionista le guiña un ojo y le acerca una “bolsita higiénica”, con un pedazo de papel, una toalla blanca y un preservativo.

Me intriga saber qué siente Estrella cada vez que se dispone a ingresar a uno de esos cuartos. Tengo que ser precavida, nadie puede enterarse soy una infiltrada. No aguanto y le pregunto.

— ¿Estás bien? — la miro con cara de preocupación.

—Piensan que este trabajo es fácil y no es nada fácil, hay que estar. Te encontrás con cada uno. Yo quiero junta mi platita, así pago mis cuentas y me voy al Paraguay. Casi toda mi familia está allá - me contesta apresurada. No lo dudo, el solo hecho de pensar en estar con un hombre tras otro me pone la piel de gallina. Más tarde, otras me dirán que están acostumbradas, que lo toman como un trabajo como cualquier otro. Pero no.

Por lo antes señalado, y subordinada a la categoría recursos de escritura, la subcategoría autorreferencialidad presenta relaciones conceptuales con la de lector y hace referencia al vínculo entre lo narrado y la búsqueda de una conexión con su destinatario, por lo que cobra singular importancia ante las posibilidades que abre a la identificación. También sabemos que el uso de la primera persona es objeto de reflexión en talleres y tema para cronistas reconocidos, quienes apuntan a que esa herramienta tiene que estar supeditada al texto y al planteamiento de un conflicto para dar lugar a la historia.

Conflicto y singularidad

Entendemos que toda narración requiere de un conflicto, una situación problemática que puede quedar manifiesta o no, ser una o un conjunto, y que tiene como efecto crear tensión para su

resolución dando lugar a la historia. El cronista, por su parte, debe sostener dicho conflicto en suspenso hasta un posible desenlace. Cuando hacemos referencia a la singularidad nos concentramos en situaciones y datos que dan cuenta de la particularidad de los hechos, del personaje, de la acción o del tema, que ayudan además a trabajar la tensión. La diferencia entre el conflicto y la singularidad radica en que en cada uno de los textos el conflicto siempre emerge, (sin conflicto no hay historia) aunque no siempre se cuenta con singularidad al menos de manera manifiesta.

A entender de Martín Ale (*Anfibia*), el conflicto debe aparecer más bien pronto en el curso de lectura para captar la atención del lector. Gracias a esas afirmaciones y a los datos de los textos, pudimos establecer una relación entre conflicto y lectura digital. Martín Ale (DP122).

Lo que cambió (con el soporte digital) es que la tensión y conflicto de un texto se volvieron fundamentales, y estoy convencido de que quien no entienda eso, pierde lectores. No pueden pasar dos o tres mil caracteres sin que esté presentado el conflicto. Tiene que estar presentado, de alguna manera, en alguna oración mínimamente. Yo cuando edito no pierdo de vista eso.

En el caso de la crónica o de la entrevista, dicho conflicto o singularidad aparece incluso en la bajada o encabezado de los textos, y la primera línea es funcional a dicho requisito. Revista *Ajo*, Quién dijo que no hay negros en Rumencó (DP1)

A 15 kilómetros del centro, en la zona sur de Mar del Plata, hay un campo de refugiados. Sí, como se lee: un campo de refugiados. Pero no de esos que se ven en las películas o los noticieros, cuando una guerra expulsa a un pueblo de su lugar. No, no. Acá es diferente. Se trata de un predio para la protección de personas que abandonan el mundo público porque “es violento y peligroso”, porque está plagado de un “otro potencialmente riesgoso”.

El juego del Papa, Revista *Ajo* (DP3)

Sin embargo, algo parece haber cambiado en la decodificación del mensaje de Francisco después del traspaso de la banda presidencial de Cristina Fernández a Mauricio Macri. Ya no se interroga al Papa desde Bergoglio, como ocurrió con el último gobierno kirchnerista a partir de los chispazos iniciados cuando estaba al frente del Arzobispado de Buenos Aires. Ahora, aparecen otros conceptos para matizar y comprender la relación entre ambos jefes de Estado.

Big Sur, A pedido de Benetton (DP163)

Ese día se trataba la detención y embargo de tres integrantes de la Comunidad Mapuche Pu Lof, denunciados por el gobierno de Chubut de interrumpir el paso del viejo expreso patagónico “La Trochita” en el noroeste provincial y a la altura de los campos del magnate italiano, Luciano Benetton. El presidente de dicha cámara, Javier Leal de Ibarra, dio la orden de custodiar el edificio ante posibles desmanes del público, pero a nadie se le hubiera ocurrido que la anciana, el de vincha o la de pañuelo pudieran hacer algo más que ruido.

Lo mismo ocurre en el ensayo donde es necesario plantear un conflicto o una particularidad del caso. *Último Round, El aborto en Argentina*, (DP110).

El aborto hoy día es un asunto que lleva a una polarización acentuada. Las posturas varían desde quienes toman partido por la legalización del aborto entendiendo al mismo como un derecho de la mujer y de salud pública, hasta quienes en un rumbo completamente distinto apuntan a condenar la interrupción de embarazos por asesinato o hecho “pecaminoso”. Entre estas posiciones antagónicas, se encuentra un sinnúmero de personas con dudas respecto al tema. La intención de este escrito es presentar herramientas para seguir pensando esta cuestión y avanzar en las reflexiones sobre lo que representa el aborto en Argentina, adelantando que no nos escondemos dentro de una aparente neutralidad, sino que tomamos posición por la legalización (...).

Telaraña Digital, Portación de rostro, (DP199)

Las detenciones ilegales a menores son moneda corriente en las calles de Paraná. La Policía de Entre Ríos abusa constantemente de los jóvenes que aparentan ser de barrios humildes, y procede de un modo similar a los utilizados durante la última dictadura cívico-militar al llevar detenidos a menores esposándolos o alojándolos en comisarías, en lugar de llevarlos a la División de Minoridad y Violencia Familiar, como lo dicta la ley vigente. A su vez, no hay estadísticas oficiales sobre apremios ilegales en la ciudad. Los medios de comunicación suelen minimizar la complejidad de la temática al mencionar solamente el accionar delictivo de los “pibes chorros”, y si estos consumen drogas o alcohol a la hora de delinquir; obviando mencionar las condiciones de vida de dichos jóvenes y el entorno que los rodea (...)

Señalamos además que el conflicto puede aparecer varias veces en el texto y que una vez que es enunciado resurge a modo de “trama” es decir, como núcleo descriptivo que tiene como finalidad actualizar la lectura y sostener el interés. Ya hemos dicho también que cuando hablamos

de singularidad nos concentramos en situaciones conflictivas que pueden o no estar de manifiesto pero que tensionan al personaje, a la acción o muestran la particularidad del tratamiento del tema. Ejemplo: *Escritura Crónica*, El hombre que quiso comprar las Malvinas (DP 138) y Las chicas sí tocan el bandoneón (DP 142).

Hay cosas que se pueden comprar y otras que no. A César Cao Saravia se le ocurrió en marzo de 1977 comprar algo impensado y muy querido por todos los argentinos: las Islas Malvinas. Para ese entonces las islas ya eran patrimonio inglés y desde mucho antes también: el conflicto entre el Reino Unido y la República Argentina viene desde 1833 (...)

En un carrito de metal plegable, con respaldo y tirantes elásticos, que Constanza con 38 años empuja con su mano izquierda, va enganchada la razón por la que eligió cambiar de profesor, mudarse a Buenos Aires y torcer su historia: las chicas sí tocan ese instrumento (...).

En ocasiones el conflicto que plantea un tema o su singularidad no consiste en contar qué ocurrió, dado que no se trata de una primicia sino de un texto interpretativo⁹¹. Entonces, el conflicto aparece narrado de manera sintética, breve e incluso cruda, y el objetivo del cronista es más que informar, redimensionar el caso particular para invitar a la reflexión en torno a dicha problemática social. *Big Sur*, 16 Martillazos (DP 149)

(...) Luego de una feroz discusión, Díaz la golpeó con una plancha y un martillo. Ella cayó al suelo y gritó “me están matando”. (...) 3. Su voz se coló entre las paredes de revoque y las puertas huecas de un inquilinato sobre la calle Rucci del barrio Máximo Abásolo, en Comodoro Rivadavia. 4. El dueño de la pensión, Eduardo Gómez, alertado por un vecino, intentó detener el ataque. Al llegar a la habitación fue testigo de una escena atroz: Díaz le rompía la cabeza a martillazos a su novia. Fueron 16 en total. 5. Gómez intentó detener la acción y sacó el martillo de sus manos. Díaz tomó un cuchillo y comenzó a apuñalar a su pareja. Incapaz de frenar al homicida, luego de que éste intentara cortarlo, Gómez cerró la puerta y llamó a la policía. 6. Efectivos de la seccional séptima llegaron pocos minutos después y tiraron la puerta abajo. Díaz intentó atacarlos, pero, finalmente, fue reducido. 7. La policía reportó “golpes en el rostro, lesiones punzo cortantes y hundimiento de cráneo y maxilares” en el cadáver de Palma. 8. Díaz está detenido. No tiene antecedentes.

Big Sur, Adiós a los bosques (DP164)

El fuego de las montañas está a pocos kilómetros del pueblo, pero la imagen no sorprende a los pobladores que, desde que llegaron a Vigíame, el incendio de bosques ha sido la única forma de

⁹¹ El texto publicado por medios generalistas puede verse en <https://cutt.ly/gTNOKH>

abrirse paso entre la espesa vegetación. Así pudieron construir barrios y extender sus campos para la ganadería. Cuando el fuego se extinguía, llegaban las lluvias y la nieve del invierno, y para la primavera esas largas extensiones de tierra arrasada daban la pastura necesaria para alimentar a los animales. Ahora esos fuegos no se apagan, se extienden y queman todo. Algo está cambiando.

Big Sur, Malestar en la fábrica (DP156)

(...) Es que el contratado corre el riesgo de que cualquier cosita que se le escape lo deje afuera de la fábrica vaya uno a saber por cuánto tiempo, incluso sin motivo aparente. No pasa solamente en esta fábrica: la modalidad de contratos a plazo ojo se repite en todas las fábricas electrónicas de la provincia de Tierra del Fuego.

Escritura Crónica. DP 144, Vivir en la tierra de la papa

Los papi... Apicultores de mi tierra bella son bravos para trabajar, con su ruana echada al hombro, sus cachetes colorados y labios cortejados por el frío. Reconozco el orgullo de mi campo en el que he nacido. Con cada sueño y anhelo viene la tristeza de los precios. La papa no se vende a un precio favorable. Este es uno de los principales problemas que afecta el agro colombiano. A los papicultores no se les da garantías económicas por su trabajo. La sacan y deben venderla a un precio menor que el de la producción. Tienen más pérdidas que ganancias. Por eso, los campesinos en diversas regiones del país realizan paros que paralizan la entrada y salida de alimentos. Han durado días y hasta semanas. Pero si hay algo seguro, es que acá en Boyacá ya no comemos cuento del gobierno, comemos papa.

Como puede notarse en las dos últimas citas, el conflicto se narra desde la autorreferencialidad o primera persona. Podemos afirmar que, entonces, el conflicto (como subcategoría subordinada a las estrategias de escritura y tratamiento), se relaciona a la primera persona y a la categoría lector ya que es aquello que sostiene su lectura.

Trama

En este trabajo llamamos trama a lo que funciona como explicación del narrador al lector en torno al conflicto que se está tratando. Suele ser información que se despliega en uno o hasta cuatro o cinco párrafos, donde se puntualiza quiénes son los personajes, sus vínculos con otros o

con organizaciones, acciones relacionadas al problema planteado o investigación, situaciones que ocurrieron en el pasado o posibilidades del presente, condiciones de trabajo o culturales de distintos lugares o territorios, anclajes en día, mes y año, hechos ocurridos antes o después de los que se estaban narrando, etcétera.

El objetivo de plantear una trama es sostener la tensión en relación con lo inicialmente planteado, alimentarlo y presentarlo de manera organizada en momentos de complejidad donde el lector necesita hacer un racconto, aclarar ideas, establecer alguna conclusión y así sostener interés. Así la trama es otro modo de traer el conflicto a colación, y se relaciona directamente con la categoría lector siendo una explicación o ampliación de datos dados por el narrador para quien está siguiendo su historia.

Ejemplo de trama. Revista *Ajo*, Los Fachos (DP10)

Con un decreto firmado por María Estela Martínez de Perón, Gustavo Demarchi fue designado fiscal federal de Mar del Plata el 29 de octubre de 1974. Siete días después nombró a Eduardo Salvador Ullúa como empleado de la fiscalía. El flamante ayudante había sido procesado por el crimen de Silvia Filler en 1971. Otro de los integrantes de la CNU que se sumó al equipo del fiscal fue Roberto Justel. El lobo cuidaba de las ovejas. Los homicidios cometidos por la asociación ilícita comandada por Demarchi debían ser investigados por la Fiscalía Federal que él mismo comandaba. En cada uno de los casos, las investigaciones judiciales fueron cerradas en tiempo récord y sin ningún indicio de presuntos culpables. Los asesinos eran los encargados de archivar los expedientes. Pasaron 40 años y para el fiscal Pablo Larriera, encargado de investigar los crímenes de la CNU, Demarchi fue el jefe de la asociación ilícita que cometió el 5 por 1 y otros tres crímenes. Desde su función como fiscal garantizó la impunidad y brindó cobertura a los matadores.

Islandia. Compañeros son los huevos (DP84)

En el Confederal realizado el 22 de agosto, la CFT postuló al dirigente bancario Sergio Palazzo como candidato a integrar el triunvirato de la central obrera, pero luego de una dura negociación se retiraron del Congreso rechazando los cargos ofrecidos en las segundas líneas. De esta manera, la conducción de la CGT quedó en manos de una alianza de los sectores más conservadores dentro del espacio sindical nacional, representados en las figuras de Daer, Schmidt y Acuña. Sin embargo, los matices entre las tres vertientes que confluyeron en agosto, y que explican la inédita constitución de un gobierno tripartito, no debieran soslayarse en las lecturas sobre el comportamiento de la Central reunificada. La Corriente Federal, integrada por la Corriente Sindical Federal, la Asociación Bancaria y sindicatos del MTA, entre otros, había sido lanzada diez días antes del Confederal de la CGT en un acto multitudinario en el estadio de Ferro. El nuevo espacio sindical se presentó, a tono

con la mejor tradición del sindicalismo argentino, con un Programa de 26 puntos titulado “Los trabajadores somos la esperanza”. Los ecos de Huerta Grande, La Falda y la CGT de los Argentinos se dejan escuchar a lo largo del Programa y son retomados en las expresiones públicas del espacio, que reclama a la dirigencia oficial la recuperación de una tradición sindical de compromiso con un proyecto de país con justicia social.

Big Sur, El club del cannabis medicinal, (PD 153).

En Argentina comenzó a debatirse el uso del cannabis medicinal a partir del caso de Josefina Vilumbrales, una madre que el pasado 16 de febrero logró que la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) -que es la entidad que autoriza los medicamentos que ingresan al país-, le apruebe la importación del aceite desde Estados Unidos para tratar a su hija, la cual padece Síndrome de West. Este aceite le permitía a la nena reducir en un 90% los ataques de epilepsia por semana. Desde entonces otras madres tomaron la iniciativa para intentar salvar a sus hijos de enfermedades similares. El problema es que importar este aceite cuesta unos 280 dólares más 50 dólares de envío, y dura solamente 60 días. Después de eso hay que viajar hasta Buenos Aires y hacer el trámite en Aduana para obtenerlo. No todos pueden darse el lujo de conseguirlo. Si bien ahora comienzan a elaborarse algunos proyectos, como el del senador de Chubut, Alfredo Luenzo, el trámite sigue siendo demasiado caro y engorroso.

El planteamiento de una trama entonces sirve para recopilar antecedentes, conocer o adelantar detalles de la historia a modo de extensión del conflicto dotándolo de complejidad.

Territorios

En la teoría "*Anfibia* de la crónica" los territorios no son sólo espacios geográficos sino también lugares simbólicos que resignifican diálogos y acciones. Ejemplo: en la crónica donde un recién asumido Macri recibe a Cecilia González (*Anfibia*, DP42) no lo hace ya en su despacho sino en "un elegante y amplio salón alerno de paredes de madera, alfombrado, con sillones de bordes y respaldos dorados y una brillante mesa de madera y sillas tapizadas". De ese modo, la cronista da cuenta de que el encuentro se produce en un lugar digno de una charla importante y agrega detalles mínimos para reforzar la idea de una atención especial. Puede decirse que, el mismo criterio, donde aquello que rodea a la acción la resignifica, rige para el resto de los textos.

Por otra parte, en lo que hizo a territorios geográficos, su descripción apunta a crear un ambiente determinado, explicar fronteras o paisajes físicos que determinan dicotomías campo-

ciudad; ciudad-villa/periferia-ciudad/centro; y ese escenario dota de sentido a la acción que se desarrolla en él.

En el caso del territorio simbólico, donde lo que se pone en juego es lo individual/colectivo, público/privado podemos mencionar la crónica "Soy cuartetero" *Anfibia* (DP48), donde los saludos que el famoso hace desde el escenario -y otros movimientos- son detallados por el cronista. Así, su personaje -Carlos "la mona" Giménez- construye señas (el cuerpo como sustento material de simbología) para hacer referencia a los distintos barrios e identificarse con sus seguidores en una Córdoba redimensionada. Además, es interesante el cuidado en la descripción de personajes y el correlato fotográfico donde los fans muestran la extensión de esos territorios simbólicos en el cuerpo (a través de tatuajes).

El territorio geográfico

Como ya hemos señalado, *Tucumán Zeta* se caracteriza por pensar desde el rol editorial un temario que interesa a nivel local y que denomina "ultralocal". Esto también es atribuible en distintas medidas a *Islandia*, *Ajo*, *Escritura Crónica*, *Telaraña Digital*, *Big Sur*, y en general al resto de las revistas que no están haciéndose desde Buenos Aires capital. Así el periodismo literario, de investigación y/o interpretativo se organiza desde criterios de noticiabilidad que consideran la proximidad del lector con los hechos -o que los personajes narrados sean conocidos-; sumando peso específico a las producciones propias y al contenido original. En el Caso de *Tucumán Zeta*, lo ultralocal resulta prioridad, más allá de que en el período estudiado Bruno Cirnigliaro (DP 123) explicó que, con el tiempo también se generó interés por publicar relatos no tucumanos por lo que se abrió una sección específica.

¿Cómo elegimos los temas? La premisa es que sea de temática ultralocal. Nosotros contamos historias que pasan dentro del territorio de Tucumán, de las ciudades del interior de la provincia. Con esa mirada de profundidad investigativa, de visión estética pero siempre con historias y personajes de Tucumán. Con el tiempo -hemos creado una sección que se llama Crónicas de allá- porque empezamos a tener una devolución que nos escribía de afuera, nos escribían mails, nos mandaban sus textos y nos decían: che tengo una historia acá en Bs As, una historia en Barcelona, o tucumanos que viven afuera y que querían escribir algo, en fin. Por distintas situaciones nos dimos cuenta de que nos estábamos cerrando a lo de afuera que también estaba bueno, y ya que estábamos en Internet... Entonces abrimos una sección que se llama Crónicas de allá en donde vamos a publicar y estamos publicando crónicas contadas desde otros lugares.

Agustina Grasso (DP117) señaló que algunos detalles identitarios se ponen en juego en la construcción de marca teniendo en cuenta la territorialidad y su alcance a los temarios.

Nuestra idea es poder hacer un evento este año en la zona Oeste del conurbano. Cuando me hablabas de la identidad, yo te decía de esto que no sea un texto extenso y de la credibilidad, y hay otro tema importante que me olvidé de decirte y que tiene que ver con la identidad y es que nosotros no somos de la Ciudad de Buenos Aires. Vivimos en la zona oeste del conurbano, el conurbano es pasando la General Paz, que es la autopista que divide todo lo que es el centro de lo que es segundo y tercer cordón (...). La mayor parte de la población de Buenos Aires vive acá. Hay mucho prejuicio de la gente que vive en la ciudad de que en el conurbano te afanan en cada esquina, que no podés andar, como pasa con el interior y las provincias. Nosotras destacamos que no somos de la ciudad sino del conurbano, más específicamente de Morón, de Castelar. Nuestra idea futura es poder dar talleres en esta zona y promocionar para que los cronistas vengan a la zona (...).

Ejemplo de Territorio físico y simbólico. Cuartetero, (DP48) *Anfibia*

Un puño cerrado que se eleva desde la cintura hasta la altura de la cabeza, quiere decir, por ejemplo, barrio Los Paraísos. El número cinco con los dedos de la mano derecha avanzando de atrás hacia delante, significa barrio Empalme. Cuatro dedos de la misma mano, pero mirando hacia abajo, quietos, barrio Marqués de Sobremonte. Dos dedos que forman una “F” que se suma al dedo índice de la seña de Empalme: Mariano Fragueiro (...) Esos cuernitos hacia abajo con el pulgar de la misma mano estirado quiere decir Barrio Yofre Norte— explica una chica y las señas son interminables. Dedos pulgares e índices de ambas manos pegados para formar un triángulo: Alberdi. Los dedos mayores coronando el triángulo anterior: Alto Alberdi. Las señas no son sólo una herramienta de comunicación entre el cantante y su gente sino un modo de cobrar presencia ante los otros.

Ejemplo de territorio como lugar de residencia de un personaje en Tucumán Zeta, *Atilio, el todólogo*, (DP 63)

Atilio siempre vivió en Tafi Viejo: en la calle San Martín, en la Avenida Alem, en la Villa Obrera, en la calle Jujuy. Ahora vive en la calle Congreso, es una de las primeras casas quinta de la zona; esas que cuenta la historia tafiense que eran de veraneo para la alta sociedad tucumana. Tiene los techos altos, una galería amplia donde cuelgan lámparas hechas con platos de cocina, un gran jardín con

pileta, un fondo con huerta, asador en construcción, casita de árbol, horno ecológico y gallinero propio. La puerta principal lleva a un living con sillones marrones(...). La casa tiene un sótano fresco que se transforma en habitación de huéspedes, en estos días hay habitaciones que se están refaccionando, el dormitorio de Atilio lo pintaron rojo labial y, a pesar de las refacciones, la casa delata la edad con cicatrices en las paredes.

Ejemplos de la conjunción de territorio y escena *En una calle oscura, ellas rien, Tucumán Zeta*, (DP66).

También lo hace en la esquina de Sargento Gómez y Charcas, en el corazón de El Bajo. En ese lugar donde conviven borrachos y vagabundos, Giselle y otras prostitutas esperan por sus clientes. Me explica que, a diferencia de Priscila, ella trabaja sólo como concha; lo que significa que es siempre sexualmente pasiva. Muchos de sus clientes no se dan cuenta de que es travesti, algunos fingen no saberlo y a otros no les importa (...).

No contaron la muerte de Aldo (DP73) – *Tucumán Zeta*

Las nubes están naranja en esta tarde de domingo en Los Ralos. Después de la lluvia, corre un viento fresco y los vecinos del pueblo toman mate y cerveza, acomodados en las sillas que sacaron a las veredas. Parece que no hay nadie dentro de las casas, parece que todos están afuera. Entre la gente que conversa en el barrio Libertad, en una calle de tierra que no tiene nombre y donde se cruzan gallos y caballos, hay una mesa redonda de rostros cansados, de ojeras largas, donde nadie ríe, donde el silencio entre cada frase es más largo que en las demás mesas de la cuadra. Esta es una mesa de rostros tristes.

El gordo Moneta tiene nombre. DP74– *Tucumán Zeta*

En esta cuadra, en La Rioja al 200, viven personas que tuvieron en sus manos a Raúl Ernesto Artaza cuando era bebé. Prefieren que su nombre no sea publicado. Algunos para no tener problemas con los vecinos, otros por modestia porque lo ayudan desde el anonimato (...) Que hace unos años dormía en una casa abandonada, de la misma cuadra, a la par de La Rioja 258. Y que el lugar se había transformado en un basural y, entonces, la municipalidad cubrió el acceso con carteles publicitarios. Hoy, ahí, hay anuncios del centro médico Gálvez que muestra a una familia rubia debajo de un arbolito de Navidad.

(...) Es martes a la noche y son las dos de la mañana. En la esquina de Chacabuco y Las Piedras hay seis bares abiertos y todos tienen, por lo menos, la mitad de las mesas ocupadas (...).

Una característica en común de los textos es que para situar al lector en los territorios físicos y simbólicos, el narrador se vale de la misma narración además de descripciones, escenas, diálogos y/o frases. También en este caso la fotografía se vuelve una herramienta indispensable como correlato. *Islandia*, La adrenalina en Córdoba⁹² (DP89).

Un amigo pampeano, no más racista y clasista que cualquier pampeano o cordobés promedio, solía asegurar que “el negro cordobés es un cagón, si lo apurás un poco ahí nomás se va al mazo”. Ilustraba su aseveración con un par de anécdotas en las que él mismo, simplemente por no demostrar miedo, lograba sortear situaciones a primera vista temibles con cierta facilidad. Esos cordobeses, a tono con cierta mitología canina, vendrían a estimular su coraje con el olor del miedo ajeno. En esa línea, lo que mi amigo postulaba era que el verdadero miedo (o por lo menos el inicial), estaba en el otro, ese morocho nacido en Córdoba que pretendía encarnar la amenaza. Y que con no desconocer ese detalle, ya bastaba para que su supuesto reinado quedara desnudo. Hace algunos meses, sobre una fachada en ruinas y pintada a la cal en calle Colombres, el contundente estribillo de “Adrenalina” de Jiménez acompañaba enigmáticamente la imagen de un gánster de los años ’30: sobretodo y sombrero oscuro, ametralladora de tambor redondo, estética revistas El Tony o D’Artagnan. El cigarrillo en la boca, más grueso y cónico que lo normal, definitivamente era uno de cannabis (...)

Tomado de revista *Islandia*

Escritura Crónica, El poder del cuerpo (DP139)

⁹² Disponible en <http://www.islandia.com.ar/2016/12/23/la-adrenalina-en-cordoba/>

La clase se da en un club en Marcos Paz, un partido que marca el límite de la zona más urbanizada del oeste del Gran Buenos Aires, Argentina, con un territorio rodeado de pastizales y campo. En este momento, la profesora está en medio del salón, dando las instrucciones para este grupo de personas bastante heterogéneas. Si bien la mayoría son jóvenes, como Mariano. Hay un grupo de mujeres, al igual que Karina, que superan los treinta años y lo toman de práctica para su carrera, Trabajo Social. El resto son chicos que tienen alguna discapacidad o pasaron por situaciones de abuso, maltrato y hasta privación de la libertad en institutos de menores.

Big Sur, 16 Martillazos (DP 149) y El hotel que está solo y espera (DP154)

El barrio Máximo Abásolo ocupa parte del sector noroeste de la ciudad. Es un lugar característico de la periferia, de casas pequeñas y sencillas, que en el norte y el oeste de la zona son particularmente humildes (...)

La riqueza de Gastre está bajo la tierra. Arriba hay paredes que se caen, montañas de alambres y ladrillos sucios, como si los constructores de la ciudad hubieran desaparecido de un día para el otro dejando en el suelo las palas y las cucharas. Los bloques de adoquines llevan cuatro años esperando ser colocados y la cisterna nueva que serviría para brindarle agua al pueblo ni siquiera funciona (...)

Deodoro, La vuelta al mundo en ochenta animales (DP182) y París versus parir

El Zoo Córdoba ocupa esa parte de la ciudad desde hace cien años recién cumplidos: en el mismo predio que la Vuelta al Mundo de Eiffel y bien cerca de las escaleras de la trágica anécdota del árbitro. Un zoológico municipal aunque concesionado, abierto al público, con entrada que ronda los \$ 100 y actividades recreativas y educativas, la mayoría pagas. Se ubica en las inmediaciones del barrio Nueva Córdoba y cuenta con acuerdos con la UNC y la UCC para el dictado de materias específicas.

(...) Cigor es uno de los numerosos centros de reproducción asistida que existen en Córdoba. Y aunque las letras que conforman su nombre signifiquen Centro Integral de Ginecología, Obstetricia y Reproducción, es imposible no imaginar a sus fundadores en el momento de elegir un nombre donde las palabras se acomoden de tal modo que dejen entrever la misión principal de este lugar. Cigor, de

cigoto: célula resultante de la unión del gameto (...)- Cigor está ubicado sobre una de las veredas que el bulevar Chacabuco tiene cerca de la ex-Casa de Gobierno y de Mc Donald's. Casi en cruz con la antigua casa que ahora habita Ronald. A media cuadra hay un bar donde las parejas se sientan a tomar café mientras acomodan el papeleo y se cuentan qué entendieron realmente de todo eso que los médicos acaban de explicarles.

12. Recursos digitales

Abrimos los últimos subtítulos para definir cinco categorías más, dado que las consideramos importantes en relación con las modalidades de producción, sus propósitos y los lectores.

La codificación abierta da como resultado lo que puede considerarse la apuesta principal en relación con el soporte digital de estos medios en el período estudiado. Así encontramos que ofrecen una conjunción entre texto y fotografías que muchas veces son de gran tamaño (aspecto que se trabajará con más detalle a continuación), en segundo lugar encontramos secciones de imagen, fotogalerías e ilustraciones, y una aparición de material sonoro (hay un caso interesante de poemas de Lemebel en *Último Round*) y videos que se emplean para llamar la atención en el homepage, o que se complementan con los textos (videos promocionales de las publicaciones, musicales, etcétera) aunque estos productos no asumieron una función narrativa al mismo nivel de la crónica teniendo una única excepción (La vida después de Guantánamo, *Anfibia*).

De acuerdo a lo relatado por los entrevistados, se prefiere el correlato fotográfico a la conjunción texto-video, dado que -según explican- el material audiovisual o multimedial puede distraer e inhibir la lectura, o en otros casos, se piensa en el audio y video como soportes que más bien deben ser explorados y en muchos casos dicho ejercicio quedó supeditado a recursos y tiempos venideros.

En virtud del período estudiado, la crónica digital es mayormente un texto con fotografías que hace “remediaciones” mediante el uso de recursos literarios. Esto se relaciona a que la mayoría de los entrevistados no expresa la misma confianza en la efectividad de otros lenguajes más allá de la escritura, pero también a que para implementar esas otras modalidades en muchos casos se requiere de tiempo, capacitación, práctica, cierto ejercicio de prueba y de error, como también gestiones y acuerdos de colaboración con otros grupos y organizaciones que puedan suplir esas

necesidades iniciales. En las apreciaciones de los entrevistados, la apuesta al lenguaje multimedial estaba ligada a los criterios editoriales en términos de valoración de otro tipo de lenguajes, a los modos de financiamiento, a los roles atribuidos a quienes hacen la revista y a la gestión de vínculos comunicacionales.

Un detalle es que no hubo casos de experiencias transmedia denominados como tales en el período, aunque la conjunción de crónica y documental ofrecidos por *Anfibia* en *La vida después de Jihad* (DP46) puede acercarse a una experiencia crossmedia, entendiendo que para lograr transmedialidad resta la participación activa de los lectores. En ese sentido y en virtud de la experiencia compartida en entrevista por Martín Ale, se sabe que la revista siempre ha estado un paso adelante tanto desde la exploración de soportes y lenguajes como en la gestión comunicacional que suscitó distintas estrategias de trabajo conjunto con otros colectivos y organizaciones culturales.

No obstante, hubo otras publicaciones que en el período de análisis tenían acuerdos con organizaciones que luego resultaron en proyectos exploratorios del lenguaje multimedial más allá de las posibilidades que brindó en su momento la fotografía. En tanto, no hay experiencias de producción de contenidos en redes sociales, y, como veremos más adelante, estas plataformas se emplearon mayormente como espacios de difusión de lo que apareció en la web.

A continuación se dan ejemplos de los usos de material multimedia en las revistas. En la crónica Cuartetero (DP48), de Revista *Ajo*, se propone además del texto dos fotogalerías.

Al lado de los bailes de cuarteto cordobés, el resto de la vida nocturna argentina es euforia de baja intensidad. El género amplificó prejuicios y tensiones al ser declarado patrimonio cultural este año: mientras adquiere estatus, los cuartetos siguen siendo víctimas de una política que criminaliza a los jóvenes. Miles de personas van a los bailes cada fin de semana y desesperan por ser nombrados por el cantante. El cronista Dante Leguizamón y la antropóloga Malena Previtali se sumergieron en la noche cordobesa buscando respuestas sobre esta movida periférica y central. Bonus track: dos fotogalerías, de Gustavo Di Mario y Paola Spalletti, complejizan aún más la mirada sobre el fenómeno.

En Último Round, encontramos el ejemplo de uso de material sonoro en Escuchar a Pedro Lemebel (DP 108)

Era moreno, gay y de izquierda cuando todo eso era terrible. A un año de su muerte, Patricia Morante nos lee tres de sus crónicas (sonoras) para recordarlo.

En Escritura *Crónica* Agustina Grasso (DP117) hace referencia a cómo el video puede complementar una crónica y extenderse al podcast.

En la crónica del Indio (Solari) cada tema que se nombraba iba con un link a YouTube con la canción. La idea era que sea como una crónica más musical, que la gente escuche los temas mientras lee. Hace poco me junté con una gente que hace podcast para ver si podíamos pasar unas crónicas nuestras ahí y cada vez mezclar más los lenguajes, lo que pasa es que estamos haciendo todo muy a pulmón y tampoco queremos seguir comprometiendo gente ni recursos. También nos habíamos contactado con una productora de video, pero todo eso lo vamos posponiendo hasta que tengamos algo de plata y podamos pagar.

Sin duda para los editores la no exploración del lenguaje multimedia para la construcción de marca se presenta como algo pendiente, aunque su resolución está ligada a los recursos con los que se cuenta, tal como indica Alfredo Hoffman (DP119) de *Telaraña Digital*.

Escribimos de la misma manera que escribíamos para el papel, incluso tenemos la posibilidad de utilizar herramientas que tienen que ver con la tecnología para enriquecer la producción periodística, pero no la estábamos utilizando, salvo en algunas pocas oportunidades. Ese es claramente un déficit, de que no adaptamos el modo de escritura o presentación de una nota a lo que tiene que ver con el lenguaje digital, con esto de poder utilizar recursos transmedia, videos, infografías, animaciones, no incursionamos en eso, sí tenemos una galería de videos, pero son videos que produce otra gente y nosotros solamente difundíamos, no es que teníamos una producción audiovisual propia. Si bien, al principio esa era la idea, después no lo pudimos llevar adelante. Y la escritura es la misma que la que teníamos en el papel, incluso en el papel, como te decía, en algunos puntos éramos más innovadores, por esto que te contaba de la entrevista por chat.

De todas formas, se consideran recursos por explorar. Entrevista Leandro Groshaus (DP120) *Islandia*.

(El video) es un formato que es la primera vez que la laburamos y nos gusta y que además nos dio muy buen resultado, replicó bastante. Es este formato de entrevistas en 6 minutos con esta estética y este formato audiovisual sobre un tema coyuntural. Sacamos este (del 24 de marzo) y la idea es poder sacar otro para el 1 de mayo, con este mismo formato, haciéndole una entrevista a un legislador que es el hijo del secretario general de Camioneros acá en Córdoba, que es un tipo interesante, vivo y pintoresco, nos interesa una entrevista con él. (...) Es un debate ver cómo vamos

modificando los formatos. Hoy charlábamos con Pablo sobre esta entrevista que publicamos y si la hubiésemos publicado en un formato tradicional, como una entrevista tradicional en la página, estoy seguro que no hubiera generado ni un cuarto de lo que generó. Efectivamente tenemos que ir hacia formatos que hoy la lógica de consumo demanda y la gente consume. En las redes sociales son cada vez más fuerte las propuestas audiovisuales, tenemos que ir hacia eso. (...) Yo creo que si un tipo vio el video de Milano Fecia que publicamos hoy, dudo que después entre a una nota escrita. Si vos ya viste un tema y lo presentan con otro formato no sé si volvéis a verlo, un grupito quizás sí. Habría que probarlo. A mí me da la sensación de que cuando se publica sobre un mismo tema en distintos formatos, cada vez que publicás algo nuevo, va perdiendo fuerza, pero habría que chequear más empíricamente esto que esto diciendo.

Entrevista Martín Ale, *Anfibia* (DP122)

Nosotros estamos explorando nuevos formatos para narrar cosas. Lanzamos una línea de documentales, estrenamos el primero, documentales para web pero bueno, estamos saliendo a buscar financiamiento (...) pero lo que quiero decir es que salimos a crear una línea de documentales que intenta de alguna manera captar el espíritu de los textos. La realidad es que el primero que hicimos no está bien logrado...pero bueno, lo hicimos con muy pocos recursos, con un equipo que no tenía todavía bien claro lo que quería, había que hacer algo para salir a venderlo, pero si vos lo ves, la realidad es que hay un intento de acercamiento a un personaje, tiene impacto periodístico porque nosotros logramos entrevistar a un preso, un ex preso de Guantánamo que estaba en Uruguay y que se fugó de Uruguay, tiene ese valor periodístico. Pero tiene un problema de acercamiento al personaje, las voces que se eligieron no son las mejores, pero hay un intento por llegar al espíritu del documental y ahora vamos a experimentar con videos 360 para contar algunas cosas y llegar al formato audiovisual que también va a tener su parte transmedia con textos y fotos y demás.

(...) Dimos un taller transmedia que se llenó, sin publicar contenido transmedia. A partir de ese taller, nosotros organizamos una jornada (un sábado en una mañana de mayo que llovía, y no sabés cómo), donde distintos grupitos de jóvenes que están trabajando en proyectos transmedia iban a mostrar lo que hacían. Había 80 y pico de personas que el espacio que nosotros tenemos es más chiquito que esto, y había ido el que hace contenido transmedia y un equipo que rehabilita como terapeutas que hacen rehabilitación para personas con problemas físicos que les hacen rehabilitación con realidad virtual, (que trataban a una persona que tenía que rehabilitar brazo derecho y pierna derecha con un juego de realidad virtual de tenis, empezó de a poquito, ellos filmaron esa experiencia, y ver cómo el tipo con eso mejoraba) desde eso hasta el desarrollo de contenidos periodísticos, que se hicieron.

Algo similar sostiene Bruno Cirnigliaro de *Tucumán Zeta* (DP123) quien piensa en la posibilidad de crónicas convertidas en cortometrajes.

Estamos con un proyecto para sacar una sección de audiovisuales, donde empezar a contar a través del audiovisual -todavía no sabemos si producido por nosotros o por invitados y colaboradores, porque en Tucumán hay una escuela de cine que está buenísima y es genial porque está sacando una camada de cineastas y gente que está haciendo cosas muy interesantes y hay ahí también un camino para recorrer-. Nuestra limitación es nuestro tiempo porque no vivimos de esto, como te digo y muchas veces cuando charlamos sobre el futuro del proyecto nuestro sueño es poder vivir de esto, y dedicarle no ocho sino quince horas por día a esto y estar todo el día buscando, escribiendo abriendo nuevos lenguajes, y la verdad es que a veces nos frenamos un poco y decimos che: no salgamos con esto porque la verdad no lo vamos a poder sostener en el tiempo. Un ejemplo es lo audiovisual. En la nueva página hay una sección armada para eso, que no está visible hoy pero justamente por eso. Porque dijimos hagamos la parte tecnológica para cuando estemos preparados y cuando nazca el proyecto lo sacaremos o crónicas y cortos convertidos de la crónicas nuestras, siempre con la temática de Tucumán, y para contar lo que pasa en Tucumán. Quisiéramos hacerlo, pero vamos de a poco. Recién ahora en la nueva página hemos podido hacer una galería de fotos, que era algo muy pendiente que nosotros teníamos de la página anterior. Y dijimos, no acá nosotros queremos darle bola a los fotógrafos que publiquen foto-reportaje, se están publicando foto-reportaje independientemente de las crónicas, hay historias con imágenes que no tienen crónicas, lo cual antes no sucedía.

Es interesante la entrevista Pablo Siciliano (DP125) de *Big Sur*⁹³, dado que fue una revista digital pensada con una impronta fuerte para su consumo desde las redes sociales, por lo que exploró posibilidades multimediales para contar noticias.

(...) Lo aprendí todo con *Big Sur*. No sabía editar y ahora edito haciendo publicidades para empresas. Viste que antes el Facebook era fotos de gente, hoy hay videos promocionales de un montón de cosas, entonces también hay que adaptarse al formato. (...) Los videos que hago yo no son testimoniales, son videos de una noticia contada en 45 segundos, con música, medio canchero y con un texto y siempre da para reflexionar algo. En Facebook hay 40 más o menos. (...) Y después, en el Facebook también, así como me gusta frenarme y leer algo, también me gusta ver un video de Facebook de dos minutos. Pero ahora vos pensá ¿Cuántas notas interesantes tenés para leer cuando abrís medios de Chubut? Hicimos ‘Cinco cosas que tenías que hacer si vivías en Comodoro Rivadavia’ ese es el contraturismo, también un formato que anduvo bastante bien, la gente se murió

⁹³ Big Sur en YouTube <https://www.youtube.com/channel/UC9qmZcjfD-BhYye0kxagNlQ>

de risa, hicimos de Comodoro, de Calafate, para darle un sentido más regional y después hicimos los videos. Fuimos la primera página de la Patagonia que innovó en el formato video de Facebook, hasta ahora somos la única que lo sigue haciendo, después el diario de Río Negro empezó y frenó. Hay videos que hice yo que tienen 200.023 vistas, tiene 7 mil compartidos, videos muy exitosos que todavía se siguen compartiendo.

Captura del canal de Big Sur en YouTube

Por otra parte, en el mismo período de análisis, el hipertexto se utilizó básicamente para remitir a documentos como fuentes o a notas periodísticas (lo que permite no redundar informando hechos que se supone ya conocidos). De ese modo el hipertexto es un recurso empleado en alto grado para remitir al lector a otras noticias, entrevistas o videos en medios generalistas y/o Youtube (lo que da cuenta de una función de síntesis y archivo). Otro destino son los documentos oficiales o informes de organizaciones sociales mencionados en el cuerpo de la crónica u otros subgéneros; destinos a películas o videos de arte que refirieron a la temática en tratamiento o al personaje del que se habla, referencias a casos policiales narrados por otros medios como Infojus o en el mismo medio; e hipervínculos a redes sociales. Al respecto del uso de hipertexto, las opiniones estaban divididas y esto se relaciona al estilo de cada publicación.

Martín Ale, *Anfibia* (DP122)

Nosotros no ponemos mucho link, ¿pero sabés por qué? por esta idea de fondo blanco-texto plano y para que el lector no vea chirimbolos alrededor. No tiene que ver con que el lector no pinche y se vaya. Es porque si tenés tantas cosas abiertas, la idea es que aún en el transporte público parado, con

el teléfono en la mano aún te dé la sensación de que la vista está reposando, de que hay algo vinculado a la lectura, si querés, hay algo que está vinculado a la lectura que, es, una experiencia intransferible. Te tiene que pasar eso, tenés que tener la sensación de que no estás perdiendo el tiempo con el teléfono en la mano. Estás leyendo algo que está bueno, que te va a dejar algo, pero aparte algo como si fuera un libro.

En tanto no hay otros aspectos de la cultura digital que comenzaron a emplearse en las revistas. Agustina Grasso (DP 117) por ejemplo, explica el uso de emoticones.

Nosotros lo que hacemos es eso, adaptarnos a los tiempos de hoy, a los links, a emoticones. Por ejemplo hay una crónica que se llama Somos Millennials que la escribí yo y hay emoticones en el texto. Entonces queremos jugar también con eso, que no pierda calidad, pero hoy en día los emoticones se usan un montón y son una forma de comunicar.

13. Fotografía

A través de las entrevistas y capturas de las páginas web de las revistas es posible reconstruir algunos componentes del diseño que aparecieron con mayor asiduidad en la homepage y en las ventanas de los textos de las publicaciones. En general, los recursos que surgen con más frecuencia son frases destacadas, títulos y fotografías en mayor grado y en distintos tamaños, sumando galerías y videos en algunos casos. Casi la misma lógica rige como modalidad de acompañamiento a los textos, donde se emplea mayormente imagen y donde encontramos también -

aunque con menor frecuencia- ilustraciones y una infografía. También en el diseño principal general se detecta la presencia de logos, secciones, en todos los casos, cuadros para suscribirse, colaborar o para contactarse con el medio en cuestión, recursos que se trabajarán más adelante.

Administrador de códigos [UH: UH-PLD (eDfOTO)]

Códigos Edición Miscelánea Imprimir Visualizar

Buscar

Familias	Nombre	Fundamentado	De...
rar todos Cód	+ 19 fotos (galería)	3	0
CRITERIOS EDIT	1-3 fotos	66	0
DISEÑO (11)	10-12 fotos	2	0
ESTRATEGIAS DE	16-18 fotos~	4	0
FINANCIAMIEN	4-6 fotos	31	0
FOTOGRAFÍA (	7-9 fotos	6	0
FUENTES ESCRIT	Collage	2	0
GÉNEROS (16)	Foto archivo	10	0
LECTOR (4)	Foto conceptual	34	0
MEDIOS (2)	Ilustración	29	2
PERIODISMOLIT	Infografía (stándar)	1	2
REC. INTERNET (	TamañoF G sin texto (4/4)	23	0
REVISTAS (12)	TamañoF Gcon texto (3/4)	51	0
SEGMENTOS TE	TamañoFM (2/4)	234	0
SOPORTE (2)	TamañoFPequeño(1/4)	87	0
TEMARIO (19)~	Texto s/foto	3	0
TIPODEACTUAL			

Captura Atlas.ti códigos asociados a la categoría fotografía

Al tamaño de fotos más utilizadas lo denominamos “estándar” o “medio” (234 sobre el total de 126 textos). Son cuadros que en pantalla de computadora y en Atlas.ti, alcanzan hasta la mitad y todo el ancho (de un margen al otro) y comparten espacio con el texto. Medir el tamaño de las fotografías tuvo cierto grado de complejidad dado que cambia de acuerdo al tipo de pantalla en la que se visualizara el conjunto de texto y fotografía. En computadora de escritorio y en el programa Atlas.ti las imágenes aumentan su dimensión, mientras que en teléfono móvil cambia la jerarquización y distribución del espacio en relación con el texto -haciendo crecer la foto en algunos casos y reduciéndola en otros-.

Esta situación significó una contramarcha en el momento del análisis –que suscitó que se volviera a codificar las piezas fotográficas de la muestra-. Allí el diálogo con un editor de fotografía (Diego Aráoz, de *Tucumán Zeta*) nos permitió volver a cotejar el modo de medir con los criterios de publicación empleados.

De esa forma pudimos tener en cuenta que las plantillas *magazine* con las que se suele trabajar para carga de contenidos permiten elegir el tamaño de las fotografías que se suben a la web, aunque siempre la forma de jerarquización se produce en relación con el texto. La modalidad de

presentación es además (más allá de que se ubiquen centradas o no) a través de cuadrantes sobre la pantalla. Así el tamaño para las fotos que acompañan los textos tiene como posibilidad mínima la cuarta parte del cuadrante (pequeñas), dos cuadrantes (tamaño medio o estándar), tres cuadrantes (grandes con texto) y pantalla completa. Bajo tales lógicas el tamaño medio con texto o estándar fue el más empleado dentro de los textos.

También confirmamos que en el caso de *Tucumán Zeta* nunca se empleó la opción $\frac{1}{4}$ cuadrante, teniendo en cuenta los criterios editoriales para el uso de fotografía. En la revista, el criterio de edición fotográfica para cada crónica varía con cada texto aunque como regla general, la cantidad de fotos que se emplea está supeditada a la extensión. No es el tamaño lo que preocupa, sino que se cuente con suficiente cantidad de fotos como descanso de lectura pero a la vez que no haya tantas como para entorpecerla.

Teniendo en cuenta que *Tucumán Zeta* se ubicó en un rango medio-alto de extensión en relación con otras revistas del corpus (a pesar de que se dijo que fuera del período estudiado la extensión tendía a la baja por decisión del equipo), el recurso fotográfico tuvo un importante despliegue, mayormente en foto de gran tamaño. No obstante, se contaron tres fotos promedio por texto. A la vez, la revista posee la sección Visuales “Z” para explotar el recurso de galerías y fotoreportajes separados de las crónicas.

Muestra general

Sobre los textos de la muestra general (126), también hay 87 fotografías pequeñas o de hasta $\frac{1}{4}$ cuadrante halladas tanto en el home (donde se ofrecen varias notas con foto, título y una breve bajada) y dentro de las crónicas, casos en los que muchas veces se emplean como recursos estilísticos (varias fotos pequeñas juntas) siendo material de archivo o collages.

Es fácil de comprobar que, varias veces, el nombre de Nisman sonó como candidato para la Procuración General.

Un fiscal federal y un juez federal escucharon a Nisman hablar sobre las lujosas camionetas negras que lo esperaban cada vez que pisaba Estados Unidos. Consultado al respecto, el fiscal dice:

Captura de El rompecabezas Nisman febrero 2015

Por otra parte, el género “magazine” requiere desde siempre una especial presentación de la fotografía, ofreciendo en el caso del soporte digital también múltiples posibilidades. En relación con el tipo de producto, conjuga imagen, texto, ilustración y collages, y ha habido exploración estética para enriquecer la presentación de crónicas y entrevistas y ofrecer más puntos de vista de los hechos noticiables.

El acompañamiento del texto de la crónica en soporte digital también contempló uso de material de archivo en algunos casos. Ejemplo Del arte a la identidad (DP187), revista *Telaraña Digital*.

Un ejemplo de esta exploración es la crónica *La atroz muerte de Ángel Pisarello* y el visual Zeta con el mismo nombre, los cuales fueron hechos con material de archivo del diario *La Gaceta*. Desde el punto de vista de Aráoz, (a quien le preguntamos si el soporte digital brindaba mayor libertad para trabajar con fotografía) la evolución de los libros de fotos en papel también ha dado muy buenos resultados en términos de posibilidades de expresión comunicacional. A la vez, el referente de *Tucumán Zeta* considera que, para muchos, el uso del papel “tiene una carga de solemnidad”.

Precisamente, lo que encontramos como resultado de este trabajo tiene que ver con una herencia del papel, preguntas en relación con posibilidades de archivo y memoria que brinda, y con procesos donde ambos soportes se complementan para la construcción de marca.

Ejemplo de uso de material de archivo y collage. La atroz muerte de Ángel Pisarello, *Tucumán Zeta*.

El soporte digital también contempla al collage en algunos casos. Ejemplo: revista *Deodoro*.

Otro parámetro que establecemos para la denominación “estándar” o para dimensionar el tamaño de foto más utilizada es la comparación con la fotografía desplegada en la sección Mundos Íntimos de Clarín, es decir que decidimos observar un equivalente posible en términos de géneros y soporte digital de un medio generalista. En ese sentido, vimos que la lógica fue similar: un tamaño pequeño para la propuesta de varias historias juntas en la home o página de presentación y fotos estándar junto al texto central en la mayoría de los casos (que tomamos al azar).

discriminación le tocó a él.

Secundaria. Santiago recuerda encuentros furtivos con compañeros, durante la adolescencia. Pero de eso no se hablaba. Foto: José Almeida

conocen. El autor recuerda que en la esquina de su casa había una pareja homosexual que era segregada. Llegó el día en que esa discriminación le tocó a él.

Secundaria. Santiago recuerda encuentros furtivos con compañeros, durante la adolescencia. Pero de eso no se hablaba. Foto: José Almeida

SANTIAGO VENTURINI

Tamaño “estándar” en Mundos Íntimos.

La foto estándar aparece más grande en pantalla de PC, no obstante, puede llegar a visualizarse más reducida en pantalla de celular. Es interesante entonces considerar cómo cambia la propuesta estética y fotográfica a partir del diseño responsivo.

Buenos muchachos, *Islandia*

En lo que hace a la foto de gran tamaño, se evidencia que tiene usos específicos que van de la mano del texto o de forma separada, ya que encontramos fotografía de tamaño grande acompañando al texto (51 casos) o fotografía de gran tamaño desplegada en toda la pantalla (23).

En los encabezados, también ocurre que este tipo de foto aparece en la parte superior y sobre la imagen puede visualizarse el título de la crónica. Este recurso se utiliza como parte del diseño en *Anfibia*, *Islandia*, *Tucumán Zeta* y *Deodoro*, revistas que tienen foto de grandes dimensiones en el slide-home. Así los grandes tamaños se constituyen como atractivo para este tipo de publicaciones, siendo un plus del estilo particular de cada revista.

Visualización en PC y móvil del encabezado de Soy cuartetero ¿Y qué? *Anfibia*. DP48.

Dado que al leer textos de larga extensión en dispositivos móviles se pierde la noción del conteo de páginas, comprobamos que el uso de fotografías o incluso las galerías desplegadas, los subtítulos y las separaciones dotan de secuencialidad narrativa y de aire a los textos para posibilitar “recreos” al lector. Esta idea se corroboró al medir la frecuencia de uso de las fotos, siendo mayor el rango de entre una y seis fotos, aunque hubo casos con más de 19 fotografías y/o galerías.

Las galerías pueden encontrarse tanto dentro de los textos como fuera, en páginas y secciones creadas especialmente para fotoreportajes. Ejemplo -de las que se incluyen dentro de las páginas- es Soy cuartetero ¿Y qué? (DP48) *Anfibia*, donde hay un slide automático que ofrece fotos en blanco y negro que se suma a otras fotos en color y de distintos tamaños distribuidas en el cuerpo del texto.

Otro ejemplo es el de la crónica *Un mexicano en Ushuaia* de revista *Islandia* (DP92) donde la galería desplegable se visualiza al final del texto. También en la muestra se encuentra el texto *Macumba, sabor y cumbia de Tucumán Zeta* que, tiene fotos tanto dentro del cuerpo de la crónica como fuera, en una galería que se ofrece de forma separada (es decir dentro de la sección Visuales Zeta).

Visuales Zeta

La sección Visuales Zeta

Fotografía de gran tamaño

Las fotos e ilustraciones de gran tamaño con y sin texto representan el segundo grupo más utilizado después de la foto estándar, sumando algo más de 70 imágenes.

A la vez encontramos 29 ilustraciones que acompañan a las fotos y textos o que son la propuesta visual única. Como puede observarse, su despliegue en pantalla de PC requiere de entre dos y tres scroles de desplazamiento hacia abajo para terminar de visualizarlas. También dentro de los recursos gráficos encontramos una infografía (Revista *Ajo*).

Ejemplo de tamaño grande en pantalla completa 19.5 pulgadas (programa ATLAS.ti) y pantalla de 13 pulgadas.

Tamaño grande en pantalla de teléfono móvil.

Ilustraciones en pantalla 13 pulgadas en *Último Round* (DP103)

Ilustraciones en *Último Round* (DP103) en teléfono móvil.

Infografía revista *Ajo*. Sé lo que hicieron con el Diario El Atlántico (DP9).

14. Diseño magazine

Las revistas cuentan con un diseño estilo magazine en la mayoría de los casos, cuyo esquema posee partes diferenciadas en su homepage. Las mismas pueden generalizarse del

siguiente modo: 1. Logo/2 Slide-home (fotos de tamaño estándar y títulos)/3 Entre dos y cinco notas con título 1 foto y bajada/4 Entre dos y nueve notas con foto y título/5 Aviso de consultas sugerencias propuestas/venta de suscripción o anuarios/ notas al correo/etiquetas temáticas/6 Entre una y doce notas con foto y bajada/7 Frase destacada/8 Logo, créditos, quiénes somos, staff con foto/9 Pie de la web: logo, auspicios, secciones y redes sociales, buscador.

Los diseños de *Ajo*, *Islandia* y *Tucumán Zeta* tomados con Screen Capture

Notamos que una plantilla más nueva estilo magazine permite mayores despliegues fotográficos a *Anfibia*, *Ajo*, *Islandia*, *Tucumán Zeta* y *Último Round*, en términos de tamaño, aunque las revistas *Telaraña Digital*, *Deodoro* y *Escritura Crónica* más cercanas al formato blog igualmente pueden trabajar la fotografía ajustándose a las posibilidades.

Diseño de las revistas *Telaraña Digital* y *Escritura Crónica*

15. Financiamiento

Refiere a las estrategias con las que una publicación genera recursos para su sostenimiento. Son los modos de obtener dividendos para costear la producción, incluyendo salarios de roles fijos, colaboraciones, aspectos del diseño, pago de costos de internet, el sustento de redacciones físicas, pago de viáticos, etcétera. El financiamiento es causa de los criterios editoriales pero también depende de los contextos (social-político, periodístico), y es uno de los factores que determinan las posibilidades de consolidar las propuestas e incluso de innovar (está en relación con el empleo de recursos multimedia). Dadas esas relaciones, las situaciones irresueltas en las revistas son el pago a sus colaboradores y la multiplicidad de requerimientos para el rol de editor.

Hay publicaciones como *Anfibia* y *Ajo* o en su momento *Deodoro*, que tienen o tuvieron apoyo de universidades para pagar colaboraciones y otros gastos mientras que otras se sostienen con el aporte de los mismos editores (*Escritura Crónica*, *Islandia*, *Último Round*, *Big Sur*, *Tucumán Zeta*, *Telaraña Digital*). En el caso de *Anfibia* algunas participaciones se gestionan con los profesores de dedicación exclusiva, otras se pagan, mientras que los salarios de los editores están cubiertos por la UNSAM. A eso se sumaban apoyos internacionales.

Ahora bien, las experiencias apuntan a combinar estrategias diversas. También existe el caso de las publicaciones que lograron pequeñas publicidades de otras organizaciones, o canje, como fue *Tucumán Zeta* (con el Sindicato de Prensa de Tucumán) o *Telaraña Digital* (con organizaciones de Derechos Humanos), aunque las revistas no retribuyeron las colaboraciones -o se hizo de forma esporádica-. En general, en este tipo de proyectos se lograron textos de colaboradores como resultado de vínculos basados en amistad, afinidad profesional, valores compartidos y afinidad por determinado tipo de periodismo o gusto por el género narrativo. En el período estudiado *Ajo* contó con apoyos de otras organizaciones (Universidad Nacional de Mar del Plata, municipio, entre otras), y junto con *Anfibia* era de las que remuneraban regularmente a sus colaboradores.

Producto del análisis, las fuentes de financiamiento relevadas en las entrevistas se organizan de acuerdo a su mención. El recurso más empleado resulta ser los talleres formativos vinculados a la enseñanza de la crónica y otros subgéneros (*Anfibia*, *Tucumán Zeta*, *Escritura Crónica*, *Ajo*) que se traducen en alguna ganancia y que a la vez funcionan como espacio para establecer contacto con posibles colaboradores.

En segundo lugar, detectamos la colaboración voluntaria, es decir de personas que no recibieron dinero por escribir o que incluso se negaron a recibir dinero en concepto de viáticos.

En tercer lugar, la venta de versiones de papel y/o anuarios, -aunque no significa, de acuerdo a los testimonios, grandes ganancias-; además se suma la venta de pequeñas publicidades.

En quinto lugar, aparecen los ingresos por premios, becas o subsidios; y finalmente los que corresponden a suscripciones. Es necesario aclarar que las fiestas estaban siendo consideradas en el momento de realización de las entrevistas aunque todavía no se consolidaban como acción concreta entre los medios del corpus.

El financiamiento en la voz de los editores

En su entrevista, Agustín Marangoni -*Ajo* (DP118)- explica los criterios de retribución a colaboradores.

Lo que se hace en la revista siempre se piensa en base a lo que uno defiende. Hay una gran filosofía colectiva dentro de la revista que hace que vos pongas en práctica lo mismo que defendés. Así como nos ocupamos de temas sociales en busca de darle voz a determinados temas que están callados o marginados, de la misma manera el respeto por la persona que labura está en primer plano. Entonces como cooperativa siempre se intenta subir y tratar de estar al día con lo que necesitamos los cronistas. Después si cobramos todos igual, no tengo ni la menor idea. (...) Es distinto lo que se paga entre entrevista y crónica, pero ponele que el promedio serán 500 pesos. La entrevista se paga un poco menos que la crónica.

Alfredo Hoffman de *Telaraña Digital* (DP119) sostiene que mientras hubo recursos, se intentó brindar algo a cambio del trabajo realizado para la revista.

(...) En la versión digital los costos eran menores y en un momento salimos a vender y conseguimos algunas publicidades que nos permitieron pagar al diseñador y al programador que hicieron la revista y que nos quede una pequeña ganancia. Luego esas publicidades se fueron cayendo y no fuimos renovándolas, entonces en el lugar donde estaba la publicidad hay banners de otras organizaciones, de la Radio Comunitaria Barrilete, de la Radio de la Universidad Nacional de Entre Ríos, son canjes que hicimos en su momento, nosotros publicitábamos estos medios y ellos hacen publicidad de nuestro portal en sus medios (...) Nosotros sí intentábamos pagar las colaboraciones simbólicamente. Algunos decían “no, no hace falta”. Cuando no había, no había, pero si había pagábamos la colaboración. (...) En este momento no te puedo decir cuánto deberíamos pagar una publicación, pero en su momento, hace tres años atrás, antes de la devaluación o hace dos años atrás, a lo mejor, 150 pesos pagábamos una colaboración, una cosa simbólica que no tiene nada que ver con lo que vale el trabajo.

Algo similar compartió Pablo Siciliano, editor de *Big Sur* (DP125).

Toda la primera parte, todo el primer año, a los periodistas les pagaba yo, yo de mi sueldo me sacaba dos mil pesos por mes y se lo dedicaba todo a la revista. Después algunos empezaron a trabajar gratis porque ya les gustó la revista y se sienten parte (...), el tema económico me fue mal, pero porque yo quise llevarla a ese nivel. Yo le podría haber dicho a (Carlos) Linares, suponete: “te hago la campaña” pero yo no lo quería hacer.

(...) En su momento pagaba 400 mangos, ahora ya no pago a nadie porque no tengo con qué. Yo tenía una plata ahorrada y la puse, lo hice porque amo el periodismo y amo *Big Sur*. Es lo que más satisfacción me da, lejos.

Bruno Cirnigliaro (DP130) *Tucumán Zeta*, habla de la naturaleza de los vínculos que se establecen con los colaboradores.

- ¿Y tienen pensado pagar colaboraciones a otros cronistas?

-Nos encantaría hacerlo. Pagar colaboraciones, pagar fotos, más que nada quisiéramos ganar dinero para eso. Porque es lo que corresponde y valoramos mucho el trabajo que cada uno hace y acá en Tucumán hay muchos periodistas excluidos del medio y del sistema y eso es malo, pero a la vez han empezado a ver en *Tucumán Zeta* un medio donde hacerse conocidos, empezar a publicar. Entonces nos pasa *-esto off the record-* que a veces hemos querido pagar, y no han querido recibir nada. No pagar la crónica, sino que sé yo, el taxi. Si tenés que ir a entrevistar a un loco que vive lejos, te pagamos el taxi y a veces no quieren ni eso. Hay una mística ahí muy interesante que está pasando que obviamente no nos queremos sentir cómodos con eso ni queremos abusar pero nos ha pasado mucho eso que nos agradecen por publicar en *Tucumán Zeta* y eso está bueno por un lado pero no quisiéramos que fuera siempre así, porque también habla de una precariedad laboral que queremos cambiar a futuro.

También Fabricio Lombardo (DP 131) de *Último Round*, hace referencia a estos vínculos profundizando en las afinidades ideológicas.

Esta es una revista militante y acá nadie cobra. Puede haber en algún momento específico que se necesite por ejemplo, tal entrevista y de repente ese día no está ninguno de los tres o cuatro que les gusta colaborar con la revista y capáz que hay que decirle a uno y pagarle. Si no, en general, no se le paga a nadie. En algún momento, cuando teníamos la revista impresa, levantábamos publicidades,

teníamos una persona que era parte del equipo y cobraba muy poco por esa actividad, levantaba publicidad, claro, estaba impresa y se podía cobrar. De ahí juntamos un dinero que nos quedó y con eso hemos pagado alguna vez una nota, una o dos, porque bueno, cuando empezamos a hacer eso nos dimos cuenta también de que no queríamos hacer nada impreso, entonces las publicidades dejaron de estar en la página. Nada, nos libramos de todos los problemas que acarreaba la impresión pero a la vez cambió la fuente de ingresos.

(...) Creo que tiene que haber una ley. Lo mejor para una política comunicacional es que se parta de una base. No digo una base en la que se dé dinero a quien quiera hacer algo, pero si tiene que haber un dinero para la comunicación, no tengo saldado lo que está pasando en mi cabeza. (...) Si me apurás, digo que los medios privados son un estorbo para una buena comunicación, lo ideal sería lo que tiene que ver con lo cooperativo o lo estatal, pero regulado por los mismos comunicadores, no por el Gobierno.

Si vos a cuatro o cinco pibes comprometidos de 25 años que terminaron la carrera o están en eso, comunicación-periodismo, le podés bancar un mínimo es genial, si podés bancar gente que esté escribiendo y pensando que tiene que escribir y hacer lo suyo, está genial, en cambio lo que pasa es que de cada cien que quieren escribir tres encuentran el proyecto apropiado y de esos dos se funden. Yo hablo con mucha gente que están en un proyecto copado, que se terminan yendo al final. Ellos se preguntan por el egoísmo del periodista, pero al final, es el mismo territorio el que fomenta ese egoísmo. Si el territorio fuera un poco más benigno para abrir puertas, muchos de esos serían proyectos interesantes, populares, cooperativos, solidarios, pero eso no está entonces claro, tenés que trabajar desde la individualidad, los becados zafan como pueden, y si no te voltean, la misma realidad te voltea.

Leandro Groshaus editor de *Islandia* (DP 120) consideró que una posibilidad es asociarse con emprendimientos similares.

- ¿Las colaboraciones en la revista son pagas o voluntarias?

-Es todo voluntario. La revista hoy es un hobby, estamos más cercanos a un hobby que a un emprendimiento comercial. No nace de esa necesidad, no es algo que no imaginemos o no pensemos en un futuro. También somos bastante incrédulos en las posibilidades comerciales de este tipo de emprendimientos, no creemos que este tipo de emprendimientos pueda garantizarles un sustento a cuatro personas, ni a tres. (...) Si vos te metés ahora en *La Tinta*, creo que hoy o ayer, sacaron una propuesta de financiamiento que es muy interesante, que es “Transformate en dueña”, que es como una campaña para hacer un aporte mensual de 100 pesos para sostener la iniciativa, como los viejos clubes de oyentes o cosas que se armaban quizás en radios comunitarias... obviamente que estamos en la misma búsqueda. Lo que a nosotros nos interesa, en el corto plazo, es establecer una serie de

estrategias que nos permita tener algunos recursos para hacer crecer un poco la publicación, para que los columnistas que intervengan en la publicación tengan algún tipo de rédito, quizá no económico pero sí de otro orden, algún obsequio, alguna remera, algo así, estamos en búsqueda de eso. Hoy la idea más fuerte que tenemos es comenzar a hacer encuentros con otras iniciativas comunicacionales similares con *La Tinta*, con otra que se llama *Salida al Mar*, no sé si la viste, que es una publicación de acá de Córdoba también, crónica narrativa, con la que tenemos buena onda, y también con algunas radios comunitarias que están surgiendo y armar como encuentros donde nos encontremos un sábado a la tarde, donde haya cerveza artesanal, donde haya producción de remeras específicas, donde podamos ir construyendo espacios de intercambio y también más lúdicos con algunas fiestas, paneles, encuentros, debates y que eso nos permita juntar algunos mangos para comenzar a tener algunos recursos para crecer.

El hecho de que no haya “recetas” para el financiamiento impone una impronta de trabajo donde el rol del editor es múltiple, llegando a tener que encargarse, entre otras cosas, de su propia administración. Así lo explica en su entrevista Bruno Cirnigliaro (DP123) de *Tucumán Zeta*.

Lamentablemente nosotros hacemos de todo, y lo digo porque a veces eso nos perjudica en cuanto al manejo de los tiempos que cada uno tiene. Nosotros no trabajamos en exclusivo ni vivimos de esto, económicamente. Cada uno tiene su trabajo de ocho horas diarias, qué se yo, más o menos vinculado al periodismo y a la comunicación, pero nosotros nos juntamos como te digo, una vez a la semana a la noche y definimos agenda, temas, avanzamos con el proyecto, con la revista y después cada uno en su semana se acomoda, y si tiene que hacer una entrevista, si tiene que visitar una fuente, si tiene que ir a hacer un trabajo de reportería lo va haciendo en los tiempos que tiene. Entonces, somos un poco coeditores porque manejamos la revista y decidimos sobre lo que se publica, editamos cada uno de los textos nuestros, los editamos nosotros, los textos de los cronistas invitados los editamos nosotros, más allá de que tenemos una correctora, elegimos las fotos con el editor fotográfico, salimos a vender publicidad, pagamos el monotributo, hacemos absolutamente todo. Entonces, cuando hacemos talleres también los organizamos nosotros, buscamos el lugar, difundimos. Es un laburo, que es bastante...en ese sentido...multi-rol. No sé si existe la palabra. Pero hacemos un poco de todo. Pero nos gusta, nos gusta mucho. Nos gusta mucho hacerlo aunque sí hay veces que deberíamos dividírnos un poco las tareas. Hemos intentado tener una persona que se encargue de la parte administrativa, otra de la parte económica, pero no ha funcionado, nos han durado poco tiempo esos roles de otras personas y lo vamos haciendo nosotros como podemos. Esa es la verdad.

(En *Tucumán Zeta*) hay dos grandes maneras, o ejes de financiamiento. La primera no llega a ser la venta de publicidad directa sino más que nada contactos que nosotros tenemos en algunas instituciones o empresas y que nos dan una mano. (...) Por ejemplo, el gremio de prensa de

Tucumán, ellos nos pagaron la impresión total de los libros, nos pagaron 500 ejemplares de nuestro libro, entonces nos dieron una mano. Nos dan un subsidio mensual, la Universidad Nacional de Tucumán es otra que nos ayuda mucho, la parte de comunicación de la municipalidad, hay como instituciones que nosotros tenemos contacto y que nos brindan una mano. Esto por un lado, y por el otro, eso nos sirve para mantener la revista, pagar el hosting, algunos gastos de mantenimiento que tenemos cada uno de nosotros al trabajar. Y después tenemos actividades, digamos, paralelas a la revista como los talleres que hemos desarrollado aquí en Tucumán, talleres de 4 o 5 semanas, talleres de dos o tres horas con la universidad, redacción de diarios para las universidades, eso cobramos y digamos que es una ganancia interesante para cada uno de nosotros y para el proyecto en sí. Y después la venta del libro, el libro fue un producto que nosotros queríamos que fuera un registro que quedara el papel, y tener otro producto. Bueno, el libro se vendió, se vende bien, entonces tenemos otra fuente de ingreso importante. A futuro planteamos que no estamos desvelados por tener publicidad en la página sino por tener estas actividades tangenciales, si se quiere, al proyecto.

Las organizaciones sociales y las educativas de nivel superior como las universidades parecen ser las que apoyan con mayor frecuencia este tipo de proyectos periodísticos. Lo anterior tiene dos o tres implicancias: por un lado, se debe dedicar mucho tiempo a la gestión de vínculos con otros actores sociales y por otro, es necesario comprender la articulación revista de periodismo-universidad, sin dejar de tener en cuenta las vicisitudes de la gestión universitaria. Matías Lapezzata, de *Deodoro*, (DP121) y Martín Ale, Revista *Anfibia* (DP122) hacen referencia a estos aspectos.

(En *Deodoro*) había una partida presupuestaria fija. Nosotros teníamos un total de 18 notas, no me acuerdo bien, pero la impresión y los pagos que se hacían a las personas que escribían era de una partida fija de dinero que destinaba la Secretaría General del rectorado de la Universidad. La editorial dependía del rectorado directamente, de la Secretaría General, y había un acuerdo a partir del cual, como parte de la financiación se hacía la editorial, había una partida fija para la revista. Los cargos dentro de la revista, como el mío, el director o cualquier otro, eran parte del trabajo por el que yo cobro como empleado de la universidad. Yo trabajo en la editorial de la universidad y todos los que participaron en la revista eran empleados de algún área universitaria, entonces nosotros no cobrábamos por laburar especialmente en la revista sino que era parte de nuestro laburo en cada área de la universidad.

Entrevista Martín Ale, Revista *Anfibia* (DP122)

(...) la revista desde que nació estuvo financiada por la Universidad de San Martín, en su totalidad. ¿Qué quería decir? Que nos pagaba los sueldos a los editores, además pagaba las colaboraciones salvo las de los académicos de la universidad de San Martín que tienen dedicación exclusiva (...) No estaban invitados. Yo era de los que decía que tenían que escribir, porque sí. Porque la universidad les paga para producir conocimiento -y esa era mi posición- que bueno, no ganó, porque bueno, decían que podían generarse competencias internas, que no era la mejor manera de construir aliados...que ya de por sí muchos miraban medio raro que la universidad tuviera un medio de comunicación. La realidad es que cuando se planteó hacer un medio de comunicación se plantearon temas fríos, pero en realidad nosotros queríamos hacer periodismo. Los temas fríos son lindos, nos encantan pero también a mí me gusta ocuparme de la actualidad. A los lectores los tenés cuando más podés ocuparte de la actualidad. Esa es la realidad. Si yo escribo notas sobre cosas que a la gente no le interesa, no lo va a leer nadie. Ese fue un cambio que fuimos experimentando nosotros en la revista.

(Luego) se achicó el financiamiento estatal -todo tiene una explicación económica- hay menos plata para convenios y hay que salir a buscar financiamiento afuera y en empresas para sostener determinados equipos de investigación y entonces les sirve que publiquen y que muestren lo que saben, para eso es fundamental. Para beca CONICET no, no tiene peso que publiques en *Clarín*, *La Nación* y *Anfibia*. Pero para salir a buscar plata a otros lugares, sí, tiene bastante peso. Por ejemplo, el estudio del consumo incidental. MESO se llama el grupo, financiado en parte por la Universidad de San Andrés, y en parte por la de Michigan -creo⁹⁴- ¿ellos por qué publican su adelanto en *Anfibia*? Porque van a tener 30 mil visitas de lectura y esa es una realidad, los autores de esa nota enseguida me pidieron las estadísticas de visita para que les renueven el financiamiento. Ellos publicaron una primera vez con nosotros y yo me tomé un café con ellos (...) Si a vos te sirven mis cifras para conseguir financiamiento, lo que te pido cada vez que tengas algo, que vayas a presentar un libro, dámelo a mí. Es que es tejer una alianza, digamos, es eso lo que vos hacés ahí. Lo que hemos hecho en *Anfibia* es eso, tejer alianzas. Hay académicos que han publicado libros, de una nota de la que surgió un tema, que la vio alguien de una editorial y dijo, che acá hay algo que se puede hacer'. Son varios ya, sobre todo con Siglo XXI; una editorial que publica textos académicos. *Anfibia* es un modo de exposición de ellos.

- ¿Cuánto se paga una colaboración?

Tenés una tarifa que es desde mil a cuatro mil, dependiendo de muchas cosas. Y el presupuesto para fotografía es más bajo. (...) El presupuesto de contenido es 70% texto, 30% imagen. La realidad es que los lectores que tenemos le dan mucha más importancia al texto que a la imagen. Tratamos de tener fotos cuidadas, lindas, pero la mayoría entra a *Anfibia* a buscar texto, no tanto imagen. Por eso la relación 50% y 50% se volvió 70%30%.

⁹⁴En realidad el entrevistado se refiere a la Northwestern University.

- ¿Cómo fue evolucionando el financiamiento?

(...) La universidad financió 100% desde mayo 2012, a mayo 2013. Último trimestre de 2013 hicimos los primeros talleres. Lo hicimos porque había también una demanda -había gente que preguntaba en Facebook: "¿no dan talleres?" no sé qué...entonces los empezamos a dar. Dijimos, "empecemos con uno" cobramos una cuota una parte de la cuota para el docente y otra parte para *Anfibia* y umm, recaudamos una platita. Después hicimos otro, y al año siguiente hicimos seis en total, entonces nos dábamos cuenta que los lectores no iban a pagar contenido, pero sí iban a pagar por formación, nos identificaban como un lugar (...)

- ¿Cómo se gestiona actualmente el financiamiento?

Nosotros tenemos hoy cuatro fuentes de financiamiento: la universidad, talleres (hicimos 24 este año contra los 12 o 13 del año pasado), financiamientos extranjeros, este año ganamos dos financiamientos extranjeros, uno de OXFAM y otro de Open Society (...) y publicidad.

- ¿Tienen publicidades?

Tenemos del banco Credicoop, y si todo sale bien, vamos a tener del banco Patagonia, que obviamente son bancos que trabajan con la universidad, porque la universidad tiene depositados millares por transferencia de sueldos, etcétera, etcétera, tenemos un problema con las universidades privadas, con las empresas, que es curioso, pensamos que el primer problema iba a ser explicarles quiénes éramos y qué hacíamos. Bueno, en general nos ha pasado que ya saben, pero el problema es que no quieren auspiciar en medios de contenidos políticos, salvo, los acuerdos, mega-acuerdos que tienen con *Clarín* o *La Nación*. No quieren que su marca aparezca vinculada a contenidos políticos "hasta que no esté claro el panorama" como dicen ellos. Entonces, por ejemplo, el Banco Francés nos propone que hagamos un acuerdo con la universidad para financiar proyectos de investigación en Bioquímica pero que la plata vaya para nosotros...si yo fuera el que maneja las finanzas digo bueno, listo, pero la realidad es que es imposible de justificar después, y es un problema. Nos dijo eso: "no queremos que nuestra marca aparezca", ahora lo que estamos haciendo es conseguir financiamiento para determinados talleres. Hicimos un taller de periodismo gastronómico, tenía un público muy top (...) Fue una prueba que hicimos para ver qué pasaba con ese público ABC1 ponele. (...) Ahora vamos a hacer el taller pero con el apoyo de un auspiciante, que puede ser una bodega para hacer los flyers, con la intención de hacer el taller en la bodega, para que se haga cargo de llevar unos diez a Mendoza para un taller, y a eso lo cobramos más caro. El objetivo es pagar el sueldo al docente y los alumnos que pagan la cuota, la cuota queda para nosotros.

- ¿Pero los talleres qué porcentaje cubren en el total de gastos?

Hoy estamos financiando todas las colaboraciones con talleres. Estamos gastando entre 25 y 35 mil pesos por mes. Esa plata contante y sonante sale de los lectores que pagan por talleres.

16. Temario

Una característica del temario de las revistas es la producción de contenido propio. También este concepto de múltiples dimensiones aparece de forma repetida en las entrevistas. En particular, el temario, la agenda del periodismo literario digital es el resultado de una determinada selección de hechos y temas a causa de los criterios editoriales y de las relaciones interpersonales de cada proyecto. El temario contribuye a la construcción de marca al diferenciar la propuesta de las revistas digitales en contraste con la de otros medios.

Esa distinción no tiene que ver exclusivamente con elegir otros temas, sino también con reportear aquellos ya presentados por los generalistas para darles otro tratamiento. Todas las veces, dicho tratamiento no hace referencia a una aparente neutralidad sino que pone de manifiesto posicionamientos y puntos de vista marcados acercando la mirada periodística a la de los lectores.

Esto se vincula a que al interior de los procesos de producción el temario es el resultante de a) los criterios de noticiabilidad compartidos o negociados entre editores y colaboradores en cada proyecto; b) a tiempos de reporte mayores a los del periodismo generalista con otros modos de aproximación a los hechos, los personajes y a la escritura, c) una búsqueda de temas y abordajes que se supone responden a las expectativas e intereses de los lectores, d) una mirada colectiva sobre el territorio y sus problemáticas, como también una puesta en diálogo e) una forma de producir conocimiento a través del empleo de géneros narrativos.

Como puede notarse, algunas características remiten al periodismo de investigación, de interpretación y a los géneros narrativos, por lo que el temario se relaciona a través de estos lineamientos también con el uso de fuentes, y en definitiva con el lector y los comentarios, dado que se supone que la suma de temas representa la anticipación de los intereses de periodistas y lectores, en términos de tratamiento de la información, pero también de aspectos que le resultan atractivos del entorno. A la vez, produce conocimiento y agenciamiento; mientras que los comentarios son la impresión más directa que se puede obtener como respuesta a esta propuesta vía una comunicación mediada.

Hemos encontrado también una relación del temario con aspectos de la composición de los textos como el uso variado de fuentes, el empleo de datos estadísticos y, desde el punto de vista del género narrativo, la descripción de escenas y reconstrucción de diálogos que ponen al lector a “vivir la experiencia” desde una propuesta concreta. Es interesante que pareciera ser que no hay

contraposición –si alguien pensaba eso hasta ahora- entre los datos y el género narrativo: al contrario, una historia bien contada y dimensionada con varias fuentes y aspectos cuantitativos pareciera ser lo que el lector exige a los medios digitales especializados para establecer un contrato distinto al de los medios más homogeneizantes como la televisión.

Por otra parte, el contenido propio y original se emparenta con los temas ya tradicionales de la crónica aunque además innova. En principio aborda marginalidad, perfiles e historias de vida, arte y “cultura”; pero también investiga tópicos que interesan en redes sociales, más vinculados al agenciamiento y a movimientos sociales.

Las historias locales que hacen referencia a personajes por todos conocidos (en el lugar) presentan otros aspectos, destacando aspectos para la construcción de singularidad e identidad.

En lo que hace a nuestro método, la codificación abierta buscó brindar una mayor amplitud a los temas y luego éstos se reagruparon, aunque advertimos que no es el único modo posible de codificar las temáticas a las que hace alusión el periodismo literario. En ese marco, quisimos seguir el lineamiento de la TFD, abriendo posibilidades, sin considerar otros estudios de agenda. Descubrimos así que hay una transversalidad o tópicos comunes entre las revistas (e incluso en algunos casos se entrevistó a los mismos referentes). Esos temas comunes están vinculados por ejemplo a políticas y prácticas de medios de comunicación y periodismo, al uso de cannabis y a la medicina natural, al Gobierno nacional de turno, aspectos vinculados al cuerpo, a géneros y a sexualidades diversas, fenómenos populares y culturales (las prácticas de galleros son un ejemplo como también recitales de cumbia), investigaciones policiales y otras relacionadas a desapariciones, Derechos Humanos y ecología.

Producto de la codificación surgen dieciséis núcleos temáticos que se detallan a continuación.

1-Tema feminismos, masculinidades, violencia de género, aborto y sexualidad
2-Tema animalidad
3-Tema arte y política cultural (arte popular, literatura, rock)
4-Tema periodismo y medios de comunicación
5-Tema cannabis y medicina alternativa
6-Tema policía, cárceles, marginalidad, violencia institucional y de género
7-Tema política estudiantil y universitaria
8-Tema corporalidades (sexualidad, porno, fisicoculturismo femenino, fertilidad, trata, prostitución)

- 9-Tema poder político, empresarial, sindical, eclesiástico
- 10-Tema derechos humanos, identidad, colectivo LGBTTIQ
- 11-Tema historia argentina y dictadura
- 12-Tema empleo y pobreza
- 13-Tema retratos de personajes locales
- 14-Tema minería, petróleo, recursos naturales, propiedad de la tierra y problemas medioambientales
- 15-Tema tecnologías digitales
- 16-Tema vida cotidiana

Registramos a través del administrador de códigos del programa Atlas.ti que los temas más referidos son los relacionados al poder en sus expresiones político-empresarial, sindical y eclesiástico (25 veces); seguidos por los “culturales” arte popular, literatura, rock (21 veces); y por los vinculados al periodismo y las políticas estatales y empresariales de comunicación (20 veces), que se equipara a todo lo vinculado a género, sexualidad, feminismos y corporalidades (18 veces). En el mismo orden se tratan temas de Derechos Humanos, identidades, colectivo LGBTTTIQ (14 veces).

Temas predominantes en la muestra de las nueve revistas del PLD

Nótese que algunos de estos temas están relacionados (género, sexualidad y feminismos y Derechos Humanos), por lo que si se volvieran a codificar juntos superarían en número al tema del poder o del ejercicio de poderes y corrupción, que está en primer lugar. Finalmente, otros con mucha presencia son los policiales: cárceles, marginalidad, y violencia institucional y de género (12 veces) junto a temas vinculados a la dictadura e historia argentina en general (11 veces).

Sobre los intereses compartidos o transversales a los temarios de las revistas analizadas encontramos más de una nota sobre bailantas, cumbia y cuarteto, como ya se dijo, y también sobre personajes como el Indio Solari (rockero), Jorge Bergoglio (papa Francisco), Hernán Casciari (escritor) o Sergio Ciancaglini (editor de *La Vaca MU*, vicepresidente de ARECIA).

La originalidad va más allá de los temas y se relaciona, como dijimos, con las estrategias de reporteo y escritura y con el contenido local: luchas de gallos en Mar del Plata, señores de la noche en Tucumán; pescadores en Córdoba, trabajadores en la Patagonia Sur, lo que permite pensar que se busca atraer a quienes pueden sentirse protagonistas de historias cercanas, y a la vez se logra que los lectores de distintos puntos del país visualicen el alcance de problemáticas regionales.

En algunos casos, se atiende a los temas más leídos para escribir nuevos trabajos –según lo expresado por editores y responsables de las revistas- lo que permite considerar una fuerte relación conceptual entre el PLD a través de su temario con el lector.

Al respecto en su entrevista, Martín Ale (*Anfibia*, DP122) puntualiza:

El contenido es todo. Si no tenés un buen contenido...lo primero –que hay que saber- es que nosotros somos lectores. También nuestros lectores están todos vinculados de alguna manera al periodismo. Podés tener uno que viene de la programación, pero aún ese no es un programador clásico. Es un programador que ha pasado por talleres literarios, que tiene intereses. Lo primero que nos dicen es que las notas están bien escritas, que no son tendenciosas, no son de *Clarín*, no son del Gobierno, uno puede ver ahí cosas...qué sé yo. “Me dan ganas después que la leo, me dan ganas de decirle a un amigo o en grupos de WhatsApp me dan ganas de compartirlo”, dicen.

Agustín Marangoni, *Ajo*, (DP118)

Me ha pasado de entrar a la picadora de carne de la coyuntura y que te digan: “andá a cubrir esto, andá a cubrir lo otro” y vas, lo hacés, lo escribís en 35 líneas y lo publicás, está bien, es lo que te pide determinada empresa y si vos estás ahí es porque aceptaste las lógicas y las reglas de ese medio. *Ajo* tiene otra lógica que es salir de la inmediatez, reflexionar e incluso hasta publicar un texto complejo, no difícil, sino complejo, cosa que en los medios digitales tal vez no se ve tan seguido, más allá que los hay, hay excelentes medios digitales.

(...) La complejidad puede partir de la elección de los temas porque hay temas que no se trabajan porque son en esencia complejos. Por ejemplo, (...) vamos a discutir el derecho penal o se discute por ejemplo cómo está estructurada la economía de la iglesia católica en Argentina. ¡La puta! qué tema ¿no? Ahí ya partimos de la base de un tema muy complejo. (Se puede) tomar un tema que es cotidiano, (...), pero dándole una vuelta de rosca, que se lleve ese tema a la complejidad y le dé un tinte característico. Entonces la complejidad creo que se da desde los dos puntos de vista, por un lado la elección de un tema, que ya puede ser complejo desde la raíz, o el tratamiento complejo de un tema más popular.

Relatoría (DP78) La redacción de *Tucumán Zeta* se volvió aula.

La elección del tema: la pregunta inevitable es cómo. A veces el tema te elige a vos, a veces se trabaja con el residuo de un diario, el género brinda muchas posibilidades. A veces la historia está donde fuimos a buscar otras. La historia particular de una persona representa todo un drama humano, Tomás Eloy Martínez resuena otra vez. El personaje puede ser una excusa para contar toda una serie de cosas. Es importante la pregunta ¿de qué hablamos cuando hablamos de? (...) No existe un único criterio para elegir qué contar: puede que el tema te erice la piel, o que emerja del deseo de escribir sobre lo que genera curiosidad. Se cuenta sobre lo que se conoce o sobre lo que es absolutamente desconocido. Ambas posibilidades son válidas.

Para Agustina Grasso, la elección del tema está guiada por los intereses de los lectores, los cuales se expresan a través de las notas más leídas. (DP117) A partir de su relato podemos identificar también cómo se articulan esos intereses con las posibilidades de respuesta del medio en función del financiamiento y los recursos con los que cuenta.

Lo que tiene de diferente (EC) tal vez a un medio, lo digo por laburar en medios grandes, es que nuestros textos llevan mucho tiempo. Por ejemplo el de Mamá Cultiva era de una chica que había sido alumna mía el año pasado y para hacer esa nota tuvo que conseguir a la mina que le hable, buscar información, escribirla, habrá estado siete meses. Como justo ahora salió el tema de la ley la contactamos a ver si le interesaba publicar la nota y tuvo que recortarla porque tenía como 12 mil caracteres. Siempre priorizamos más testimonios, historias de vida, toda la parte más técnica no está. Una manera en que esos textos se pueden lograr son con los links, entonces, por ejemplo cuando dice: “Ayer el Senado aprobó la ley de cannabis medicinal”, cuando dice eso va un link al proyecto de ley, entonces al que le interesa profundizar, lo puede hacer por los links.

(...) Hay una crónica que salió hace unos meses que se llama Las chicas sí tocan el bandoneón, que es de una bandoneonista que toca en barcitos de San Telmo y la verdad es que la chica nos la ofreció y nos pareció una historia buenísima. Después nos juntamos con ella y charlamos cual era nuestro

estilo de escritura y qué estamos buscando y le encantó, en ese caso vino de afuera, pero muchas son por encargo, como que todo se va dando. Leandro Alva es un cronista que ya publicó varias notas con nosotros que nos había dicho que iba a ir a ver al Indio Solari y no estaba seguro, después dijo que iba, es un poco y un poco. Tampoco es que como tenemos una plataforma muy bien armada estamos encargando textos todo el tiempo porque sinceramente es todo muy a pulmón y no se les paga, entonces no es que nosotros vamos fomentando que se trabaje así, es como que va surgiendo, a veces nos cuentan que están haciendo algo y nosotros lo pedimos. También tratamos - dentro de nuestras posibilidades y nuestros recursos - de tener aunque sea una vez al mes un tema de agenda. Por ejemplo, este mes estaría genial tener algo de docentes, entonces vemos dentro de nuestra red de colaboradores quien puede escribir algo del tema que sea original porque vemos que cuando es un tema que está en discusión o en boca de alguien, tienen más repercusión.

El temario además se archiva en secciones digitales de las páginas web, bajo criterios específicos de estilo de cada publicación, y en muchos casos teniendo como criterio al género narrativo correspondiente. Es interesante considerar cómo piensan los editores a las secciones que proponen y comprender que éstas muchas veces representan intereses de búsqueda de los proyectos. Las revistas *Último Round* e *Islandia*, crearon otras denominaciones alternativas para que el lector buscara crónicas y otros textos de su interés de manera creativa.

Entrevista a Alfredo Hoffman, *Telaraña Digital*, (DP119).

Desde el arranque la idea era que la revista se definiera más por el estilo que por los contenidos, o sea el estilo del periodismo narrativo, aunque las inquietudes de todos los que hacíamos la revista eran básicamente similares y tenían que ver con los Derechos Humanos, con los derechos de las mujeres, con la diversidad sexual y la cultura y también nos interesaba sobre todo la innovación y hacer algo desestructurado fuera de las estructuras normales del periodismo al que nosotros estamos acostumbrados a trabajar, que es el periodismo de diario y jugar un poco con las herramientas propias de la literatura como se hace en el periodismo narrativo. Si bien en un principio la revista no fue planteada con la idea de que fuera con seis temáticas, fue decantando hacia ahí a tal punto que cuando nosotros decidimos hacer el pasaje al formato digital ya directamente definimos secciones que son las que están ahora en la página, en el portal que son: memoria, género, política, justicia, trabajadores y vida cotidiana. Vida cotidiana es la sección – que aunque en su momento no era definida como sección – que más presente estaba en la revista en papel. La idea original fue partir de hechos mínimos y cotidianos que los medios tradicionales por ahí no consideran noticia, para, a partir de ese hecho mínimo, cotidiano o invisibilizado poder generar periodismo con estilo narrativo.

Como vimos, el temario se relaciona con el estilo de la revista digital. Es interesante el caso *Anfibia* (DP122), donde Ale señaló que la revista tiene como criterio de secciones unos ejes muy similares a los del periodismo generalista: "actualidad, política, economía y sociedad, y a veces se van cruzando con cultura, y los perfiles (subgénero narrativo) también se cruzan con eso".

El editor indica además que, en la publicación, se trabajó en sus inicios con una grilla de temas relacionada a un determinado presupuesto manejado por una editora. Ante esto, el temario en este caso también se articuló con el financiamiento, con la posibilidad de pagar las notas.

A lo anterior también se suma que el temario de las revistas especializadas en periodismo literario digital no está desligado por completo de la actualidad. Es cierto que el género demanda un mayor tiempo de reporteo y hace referencia a la posibilidad de volver atemporal la información bien trabajada, pero por otra parte, los editores reconocen que las piezas periodísticas más leídas son ensayos que analizan aspectos de la realidad o que brindan herramientas de interpretación de hechos políticos, culturales, sociales y populares recientes. En ese sentido, hubo un desplazamiento en el período estudiado que se puso más en evidencia en *Anfibia*, por ejemplo, pero que también estuvo presente en las demás publicaciones.

Entrevista Leandro Groshaus, *Islandia*, (DP120).

Si vos ves las primeras notas no son muy políticas, son más bien culturales, hay mucho ensayo fotográfico, muchas viñetas. Comenzamos a largar con lo que teníamos e hicimos como un lanzamiento de amplio espectro tratando de que, personas a las que nosotros no llegábamos habitualmente, se sientan tocadas por esas publicaciones, sobre todo para romper con cierto círculo concéntrico que se va conformando alrededor de las redes sociales que nos van como encerrando en guetos de intereses. Para romper con eso dijimos: "bueno, larguemos con multiplicidad de espacios y convocamos a mucha gente que escriba de distintos lados" con el compromiso de que íbamos a publicar lo que manden. Y a partir de eso empezamos a afinar la puntería y a trabajar con una planificación un poco más seria. Hoy lo que estamos haciendo es comenzar a trabajar muy fuerte con la coyuntura, comenzamos a partir de algunos acontecimientos.

Precisamente, de acuerdo al entrevistado, la coyuntura era capaz de cambiar el tratamiento planificado para una historia⁹⁵.

⁹⁵Consideramos que el comentario del entrevistado en torno a las muertes de dos personas en un recital resultaba pertinente para explicar las modalidades con las que se trabajan los temarios y su flexibilidad, aunque los hechos a los

Nosotros viajamos porque nos gusta el Indio y porque nos parecía interesante. Muchos de los que estamos involucrados, de alguno y otro modo con *Islandia* fuimos con la idea de hacer una crónica, más con clave de *road movie*, porque muchos amigos fueron en motor home. La historia era poder trabajar sobre eso. Después, con todo lo que pasó, se cambió completamente lógica de cobertura y fuimos cubriéndolo a partir de lo que íbamos viendo que hacían los otros medios también. De hecho, lo que nosotros sacamos se complementa bien con todo lo producido sobre el tema, sobre todo con lo producido por otros medios. En algún momento dijimos para qué vamos a sacar una nota reflexionando sobre el fenómeno o haciendo análisis de la cultura ricotera, cuando en realidad eso ya está cubierto y está cubierto por gente, quizás, mucho más inteligente que nosotros, con más capacidad. Nosotros lo que hacemos ahí es ver la coyuntura, ver lo que se está produciendo en esa coyuntura y cuál puede ser el aporte original de la revista, eso sí es una preocupación constante para nosotros. Sobre los temas que tratamos, tratamos de buscarle una cobertura que aporte algo nuevo o algo original, eso sí es una preocupación casi editorial. Las pocas veces que nos negamos a publicar algo o no nos pareció oportuno siempre tuvo que ver con que nos parecía que era aportes muy redundantes con las publicaciones que estaban circulando, que no había un aporte original, eso para nosotros sí es una preocupación importante. En el caso del Indio trabajamos de un modo más poético, más provocador. Hicimos tres notas, una más poética si se quiere, que daba cuenta de lo que a uno le generó estar ahí, otro más polémico si vos querés, con un columnista que colabora con otras publicaciones de Buenos Aires que se llama Diego Baleriano y después una crónica para tratar de que una persona que no fue al recital pudiera sentir cómo fue eso, le pusimos ‘Crónica sin moraleja’ porque es una crónica que funciona para imaginar lo que es eso, más allá de que si a vos te parece que el Indio tendría que haber contratado tres baños químicos... lo que fuera... a ese aporte ya lo hacían otros.

En particular, el temario de una revista como *Deodoro* –publicación que fue esencialmente de papel-, tiene como finalidad salirse de los temas académicos y trazar una agenda en diálogo con otros medios de Córdoba. Las secciones en este caso tuvieron más que ver con las modalidades que brindó una plantilla determinada para agrupar los textos.

Entrevista Matías Lapezzata (DP121)

Se recibían propuestas y las aceptábamos o no dependiendo del número que estábamos pensando (...) Las notas se pedían, se discutía el tema, se discutía un nombre y se elegía a la persona para que escriba sobre tal cosa. Se elegía un tema y a alguien que escribirá sobre eso. Muchas veces, como eso entraba en un diálogo, la idea se modificaba un poco, pero en principio, como equipo de redacción pensábamos temas y personas que podían escribir sobre eso.

Además hubo coberturas y textos que los editores destacaron y tuvieron presente a la hora de ser entrevistados lo que se vio reflejado en la composición del corpus. Hablamos así de las notas más leídas y/o con mayor repercusión en redes sociales, las más representativas del estilo de la revista; las que ponen en diálogo a la publicación con temas sociales que están siendo discutidos o que no fueron cubiertos en profundidad por otros medios (violencia policial, megaminería y medioambiente en Chubut, huelga policial y saqueos en Tucumán).

Un factor más del temario destacado por los editores son producciones realizadas por quienes participaron en talleres formativos, tales como The Villa Cañas Affaire (José Luis Piacentini, *Anfibia*), Atilio el todólogo (Mariana Maulu, *Tucumán Zeta*). A estas se suman las crónicas -o la crónica por entregas- sobre las fábricas en Tierra del Fuego escrita por Pablo Rizzo (*Big Sur*) que resultó premiada por el Foro Argentino de Periodismo (FOPEA).

Administrador de códigos [UH: 160COD18AGO]

Códigos Edición Miscelánea Imprimir Visualizar

Buscar

Nombre	Fu...	De...	Autor	Creado	Modifica	Familias
✖ Tema animalidad	1	0	Super	09 07 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Arte y política cultural (arte popular, literatura, rock)	21	0	Super	28 01 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Cannabis y medicina alternativa	6	0	Super	27 01 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Corporalidades (sexualidad, porno, fisicoculturismo, femenino, fertilidad, trat...	18	0	Super	28 02 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Derechos Humanos, identidad, colectivo LGBTI	14	0	Super	10 07 20...	01 08 20...	TEMARIO
✖ Tema Empleo y pobreza	9	0	Super	08 07 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Feminismos, masculinidades, violencia de género, aborto y sexualidad	15	0	Super	20 03 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Historia argentina y dictadura	11	0	Super	25 02 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Minería, petróleo, recursos naturales, propiedad de la tierra y problemas me...	9	0	Super	08 07 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Periodismo y medios de comunicación	20	0	Super	20 03 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Poder político, empresarial, sindical, eclesiástico~	25	0	Super	26 01 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Policía, cárceles, marginalidad, violencia institucional	12	0	Super	01 03 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Política estudiantil y universitaria	4	0	Super	12 07 20...	19 08 20...	TEMARIO
✖ Tema Retratos de personajes locales	1	0	Super	09 07 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Tecnologías Digitales	2	0	Super	08 03 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Tema Vida cotidiana	8	0	Super	24 06 20...	31 07 20...	TEMARIO
✖ Temario~	66	0	Super	15 01 20...	21 08 20...	TEMARIO

Captura del administrador de códigos Atlas.ti, dimensiones de la categoría temario

17. Lector

El lector enunciado

Un paso de investigación que permite ordenar los ejes sobre los que trabajar al lector es la codificación abierta, donde distinguimos propiedades y dimensiones para reflexionar sobre el concepto. Por una parte, consideramos las ideas enunciadas y compartidas en las entrevistas; por otra, los modos en los que el lector emerge desde determinadas “marcas” en los textos en virtud de distintas estrategias de escritura. En relación con las anteriores, sumamos las menciones vinculadas a comunidades (comentarios en las webs) y algunos aspectos de la lectura en soporte digital. Estas últimas características en realidad se articulan entre sí con la primera dado que los editores consideran la repercusión de los textos más comentados para orientar sus líneas editoriales y temarios.

La primera dimensión de la categoría lector hace referencia a lo que desde la producción se cree saber de ciertas comunidades, en términos de intereses, perfiles, competencias y ritualidades medidas con métricas o sospechadas (por ejemplo: si se cree que leen en el trabajo e determinados horarios, si se lee desde el celular, si el lector es hombre o mujer, si cuenta con estudios universitarios, etcétera). Ante esto, interesa si los editores prestan atención o no a las métricas, si se tiene en cuenta los textos compartidos en las redes sociales o a los comentarios, si se pudieron visualizar esas intervenciones dentro de la publicación para efectuar respuestas, si se preguntó a otros qué opinaban sobre el temario como producto comunicacional cara a cara, etcétera.

A la vez consideramos que la categoría de lector es una representación siempre inacabada que interpela a la misión del medio y lo obliga a preguntarse por otro momento del proceso comunicativo, como lo es la recepción. Por ende, es una “idea” en torno al otro, que se traslada a acciones u omisiones. Esto ocurre aunque desde cada línea editorial, de acuerdo al caso, se tenga mayor o menor interés en reconocer esa determinación. Los datos o la información con la que se construye dicha representación surge de las métricas pero también de las ideas preexistentes de los editores y colaboradores que leen esas métricas, sumando aspectos que ya tienen incorporados como los valores heredados de la crónica y su cultura profesional e intereses colectivos y particulares.

En lo que respecta al género, hay mucho de las propias preferencias (de los productores) puestas en juego en la definición de qué tipo de crónica, entrevista o perfil es/son la/las que caracterizan al estilo de cada revista y que se supone interesan en especial al lector, ya que hablamos de periodismo especializado. También es cierto que muchos editores son conscientes de sus limitaciones en torno a las coberturas que conforman el temario, a las colaboraciones o al uso de recursos multimedia, entre otros aspectos, por lo que el vínculo con el lector vuelve a realimentarse con cada texto como en un ejercicio de prueba y error, lo que deja a las claras que hay una mayor

atención y flexibilidad de este tipo de publicaciones en torno a sus destinatarios si las pensamos en contraposición a los medios generalistas.

En esa relación, como ya dijimos, el factor económico y los recursos con los que se cuenta se vuelven condicionantes. Un rasgo que nos llama la atención tiene que ver con que hay cierta resistencia en este tipo de cultura de producción para habilitar la participación de los lectores en las webs, específicamente con comentarios al pie de los textos propuestos, mientras que algunos textos en los que sí es posible comentar generan un alto nivel de intervención de destinatarios interesados, sobre todo en temas puntuales muy cercanos a las coyunturas de actualidad.

Por otra parte en los textos aparecen estrategias desplegadas: descripciones y explicaciones que hacen referencia a la necesidad de atraer al destinatario y (luego) sostener su interés el mayor tiempo posible, uso de preguntas retóricas, aclaraciones, relatos, explicación de tramas y propuestas con ritmo y secuencialidad -lo que nos lleva a las subcategorías de segmentos, fotografía y de lectura digital-. A partir de esta segunda dimensión, o producto de codificar los textos y temas publicados, resulta también el temario, concepto ya analizado que articula precisamente a la publicación con sus lectores y con su contexto.

De este modo trabajamos la primera dimensión, es decir el modo en el que los editores y colaboradores caracterizaron a sus lectores.

Dice Agustina Grasso de *Escritura Crónica* (DP117),

Conocemos más o menos la audiencia porque tenemos Analytics. En general, las personas que nos leen son más mujeres que hombres que rondan los 20 y pico, 30 años. Cuando leímos los Analytics era un poco parecido al target que yo me imaginaba, quizás este target no de pibes que están más con Snapchat y cosas así, sino de personas que tienen en su día a día las redes sociales pero ya no están ni el boludeo, ni tampoco es que son personas más grandes o totalmente intelectuales. Creo que hay un promedio de personas con formación, que les interesa historias ajenas o conocer testimonios. Yo también me imagino un público no solo argentino. En las crónicas cuando es un pueblo del interior del Buenos Aires recalamos que es Argentina, porque -la publicación- no es solo para Argentina, sino para otros países de Latinoamérica o de habla hispana, que entiendan que sacamos historias pequeñas y ubicarlos de dónde surgen. (...) Todos los meses analizamos las métricas, vemos qué textos tienen más éxito, estamos trabajando con un ida y vuelta. No es que decimos “me interesa sacar esto y no me importa si al otro le gusta o no”, al contrario, buscamos ver qué es lo que va funcionando porque eso también es un indicador.

Con relación a las métricas y mediciones, los entrevistados comparten distintos niveles o grados de interés sobre aquello que se considera lo más leído, los horarios de tráfico mayor y

menor, aquello "que no funciona" o el tiempo de permanencia. Podríamos decir además que el tiempo de permanencia también habla de los principios de una ritualidad imaginada por los editores aunque no hace referencia directa al tiempo de lectura. Un indicador al que los entrevistados prestan mucha atención son los comentarios cara a cara al igual que los textos compartidos en redes sociales.

Alfredo Hoffman, de *Telaraña Digital* (DP119), habla especialmente de que su interés está puesto en ese tipo de vínculo directo y de cierta identificación personal y emotiva que se reafirma con la escritura y lectura de contenidos relacionados a Derechos Humanos. Allí entonces la construcción es de un lector comprometido, que hace aportes concretos al cronista en términos de información para la investigación. Algo interesante del testimonio de Hoffman da cuenta de un factor que diferencia a las transformaciones que pueden estar atravesando al género: en la crónica digital la historia puede estar publicada, pero la investigación permanece abierta.

Más que nada pensábamos en un lector comprometido con estas temáticas en las que hacíamos foco, en este sentido, recibíamos devoluciones de personas que eran locales, como te decía antes, o de otras partes del país, también interesadas con esas temáticas. No hacíamos una caracterización del lector por edad o por clase o grupo social, no pensábamos en eso cuando hacíamos la nota pero sí imaginábamos que nuestros lectores eran – y eso lo corroborábamos con esta ida y vuelta en las redes sociales o en los mismos comentarios – personas comprometidas con la temática. Me ha pasado puntualmente en una investigación que hice sobre unos casos de personas asesinadas acá en Entre Ríos durante la dictadura en simular enfrentamientos, que eran personas que ya estaban detenidas y la forma de blanquear asesinatos fue simular enfrentamientos. Publicamos esa nota con los testimonios que había logrado reunir, después de publicar esa nota recibí más testimonios de personas que tenían datos para aportar porque eran familiares, conocidos o integrantes de organizaciones de Derechos Humanos de otra parte del país, que por alguna razón tuvieron acceso a esa noticia porque internet no tiene límites geográficos. Eso por ahí es una característica clave del periodismo digital, que a la nota uno la cierra en un momento, la publica, pero ahí no termina el recorrido de la noticia o no terminó de contarse la historia. La historia nunca termina de contarse ni aunque esté publicada en internet porque los comentarios y el uso que hace de esa noticia el usuario, en este caso, hace que se enriquezca más, que se agreguen datos, que se profundice, que se cuenten cosas que no están contadas en la noticia porque faltó tiempo o ubicar a tal testimonio, a tal fuente. Eso es buenísimo en este caso porque estamos hablando de un lector que está interesado y que tiene algo para aportar, no el lector típico de un diario (...) los comentarios que hay en las redes sociales de los diarios son de todo tipo pero muchos son agraviantes, atacan al periodista, atacan a la fuente que está hablando en esa noticia, es un uso bastante perverso que se hace del periodismo... también el periodismo hace un uso perverso de las redes sociales y del lector, quien además alimenta esa cadena. En *Telaraña* no, en *Telaraña* tenemos, en la gran mayoría de los casos, lectores que tienen un aporte

para hacer, no tienden a destruir lo que se está contando, lo que se está publicando, el trabajo que se hizo, sino que aportan lo que saben del tema.

Con relación a las métricas, Hoffman agrega lo siguiente:

(...) Sí, sabemos que hay notas que pueden tener más interés que otras, pero esto no es una cuenta matemática. A mí me ha pasado de trabajar mucho en una nota, publicarla pensando que va a tener repercusión y después no pasa nada, y al contrario, una nota que por ahí no le tenía mucha fe, por algún motivo o por algún algoritmo, no sé por qué termina teniendo mucha repercusión. Si bien la temática es más o menos siempre la misma, cada tema particular que abordábamos tenía un recorrido en círculos especiales, las noticias que tenían que ver con cuestiones de género sí tenían mucha cabida y repercusión en ámbitos de militantes de género, feministas, bueno el movimiento feminista está cada vez más expandido e indefectiblemente hay mucha gente que está esperando o está necesitando leer material relacionado con eso. En cuestiones de lesa humanidad hubo momentos en que sí y momentos en que parecía no tener mucho interés o solamente había interés en las mismas personas. Los temas de ‘Vida cotidiana’ no tenían mucha repercusión.

En *Islandia*, la figura del lector resulta motivo de debate y de reflexiones. En esta publicación también se distinguen circuitos o grupos de interés relacionados a determinadas temáticas. Leandro Groshaus lo expresó en su entrevista (DP120)

Hay un núcleo duro de lectores, que quizás están más arriba, les interesa y leen la mayoría de las notas, que podríamos definir como universitarios de entre 25 y 50 años, de clase media, con preocupaciones más políticos-culturales, vinculadas a un progresismo. Si bien es el núcleo duro, son ciertos grupos de los cuales nosotros somos parte, digamos eso somos nosotros mismos. También lo que vemos y creemos es que hay notas específicas que tienen circuitos muy específicos, muy modulares y nos interesa explorar esos grupos, grupos de interés que son distintos a este núcleo duro que te caracterizaba recién. Por ejemplo, hace bastante tiempo Pablo Carrizo hizo una nota sobre una jornada de pesca en San Roque, y en realidad fue una crónica sobre un campeonato de pesca de pejerrey en el lago, que en principio nos gustó porque tenemos un amigo que es profesional de la pesca, siempre nos cagamos de risa porque cuenta historias y anécdotas fantásticas de su club de pesca y de los equipos de pesca y lo que pasa ahí con la familia. Dijimos: “tenemos que ir a narrarlo” y: “apenas salga un campeonato llámanos y vamos con una camarita y un cronista y producimos algo”. Este campeonato era del Club Renault, y esa nota tuvo un recorrido que tuvo que ver con ese mundo. El Club Renault la levantaba, los que fueron a pescar la levantaban, se la colgaban a los amigos para que la vieran. Ese tipo de recorrido nos sucedieron con muchas notas (...) [Pero] la crónica sobre un día de pesca tiene un recorrido muy distinto al que tiene una nota sobre un conflicto político-sindical en Córdoba. Nos parece interesante darle vida a esos círculos, explorarlos, sondearlos, forzar, entrar como en esos mundos, es un ejercicio que no queremos perder. (...) Lo que

nos interesa es que haya un espacio donde distintos grupos puedan referenciarse (...) Me parece que también es un modo de contar Córdoba. Contar las pasiones que mueven a grupos específicos.

En torno a “lo más leído”, el entrevistado señala al ensayo de María Teresa Andruetto –una escritora y referente local-y trabajos relacionados a la política universitaria. La estrategia en este segundo caso es contar al conflicto “desde dentro”, lo que relaciona al lector con el ángulo y tratamiento de la información.

Si bien Agustín Marangoni es un colaborador interesado en lo que ocurre con algunas notas en redes sociales, a la vez hizo referencia a por qué *Ajo* no admite comentarios al pie de los textos. Sus apreciaciones son sumamente interesantes, ya que permiten entender ciertas lógicas de la producción que no son exclusivas de la revista en cuestión.

Nunca respondemos comentarios pero mucha gente dice “che, muy linda nota” y las recomiendan o comparten. Hay notas que han tenido 150 o 200 compartidos o más, pero nunca, en mi caso particular, -no sé el resto de los chicos, aunque creo que tampoco-, nos ponemos a charlar o tener un ida y vuelta con el lector. Por supuesto, por curiosidad o por placer, uno está al tanto de lo que te devuelven, a ver cuántos compartidos tuvo mi nota, a ver cuántos comentarios tuvo, a ver qué dice la gente, rastrearla en otros perfiles, rastrearla en el perfil de la persona que es protagonista de la nota o no, eso sí se hace, pero no creo que el comentario de los lectores incida en el contenido ni tampoco incida en la participación de los autores (...) No sé por qué la revista no tiene comentarios. En algún momento lo pensaron pero siempre lo descartaron. Creo que ahí la última palabra la tiene Fede (Polleri) y los motivos son varios. (...) Desde mi punto de vista los comentarios podrían sumar un montón de cosas buenas pero también son conscientes de que los comentarios abren el nivel de participación a un lector que tal vez está ahí lastimando por interés más que aportando en función de lo que la revista busca. El otro día estaba leyendo una nota espectacular en un diario de afuera, no me acuerdo qué diario era, no importa, no viene al caso, y cuando llegabas al final de la nota y querías comentar, tenías que responder preguntas sobre la nota, te ponían a prueba a ver si la habías leído. Está re bueno, es más, no lo vi en casi ningún lado a eso, lo vi solamente en ese medio, y es una idea linda para afanarla. Por lo menos que la lea, te obligan a leer, entonces bueno, ¿querés opinar en lugar de poner la guasadas que ponen, puteadas?... Yo hago radio hace 12 años, bueno estuvimos en varias radios grosas, en *Rock and Pop*, en *Metro* y demás, ahora estamos en *Mega* y tenemos una sección en nuestro programa que se llama Maldita Rabia, que no tiene nada que ver con *Ajo*, pero hacemos una sección que se llama RSC (Resumen Semanal de Comentarios) y leemos los comentarios más ordinarios que aparecen en las noticias más importantes y vos no podés creer lo que la gente pone. Yo creo que ahí, ni siquiera con una lectura o un análisis sociológico se puede determinar por qué o qué es lo que la gente expresa en ese tipo de lugares. Me parece que es algo que rebalsa cualquier tipo de análisis. Entonces *Ajo* dice que no a los comentarios, y bueno, un motivo puede ser ese, a qué le vas a dar lugar.

La contracara de una política de comentarios un tanto restringida es para Marangoni, precisamente, el temario y aspectos clave de su tratamiento.

Vamos a hablar en una postura de compromiso político, me parece que el periodismo ante todo tiene que ser popular, el periodismo es una herramienta popular, una herramienta que tiene que llegar a todos los horizontes y mejor aún si trabaja sobre un tema complejo (...). Entonces cuando uno está escribiendo, mi máxima preocupación no es saber si la persona que me va a leer tiene tal edad o tal título universitario, sino que mi mayor preocupación es que cualquiera que leyera ese texto lo entienda y se divierta, aun cuando esté hablando sobre la muerte.

Martín Ale de *Anfibia* (DP122), en cambio, tiene un grado de interés por las métricas y describe cómo es la situación multipantalla del lector de *Anfibia*. Además caracteriza a los lectores señalando distintos rasgos e incluso menciona competencias interpretativas en relación con el tema, el género, la frecuencia de publicación y el diseño.

Nosotros habíamos imaginado un lector de papel de treinta y pico de años, que compra la revista y la lee. Después nos encontramos cuando hicimos el “puntocom” que los lectores eran estudiantes universitarios. Hay otro tipo de lectores, es ecléctico, pero el grueso, o sea, los que nos ayudan a crecer son los más jóvenes, claramente. La revista crece por el tráfico en redes sociales. Ahora ya está parejo y la mitad de los lectores ponen la dirección de la revista: eso está buenísimo porque vos fidelizás. Hay gente que tiene en su computadora abierta: el mail, Facebook, Twitter, dos o tres diarios, el correo electrónico, y *Anfibia*, porque ponen la URL, y la otra mitad lleva vía redes sociales.

(...) La revista tiene contenidos que van desde lo liberal a lo cuasi trosko. Y creemos que los lectores -en los talleres tenemos gente que trabaja en comunicación en el Gobierno de la ciudad- chicas de la UCA, cuadritos del PRO que nos leen. Que les da el estómago para leernos. Eso es porque hay una intención de comprenderlos a ellos, y otra de decir, el kirchnerismo es el kirchnerismo, y ese escenario de polarización que había, era una oda y tres días después podías proponer una nota de Grimson que decía "el kirchnerismo pierde las elecciones a partir de 2011, con el 54%", un texto que hablaba sobre la derrota cultural, cuando tres días antes habíamos publicado un texto en el que parecía que Cristina era lo mejor que había pasado en la historia argentina. Y bueno. Si vos me decís ¿cuál es el lector que preferís? Y...a mí me gusta el lector que se identifica con el texto de Grimson, obviamente, porque es más crítico, puede ver otras cosas. (...)

La crónica ordena la cabeza del lector. Lo que hace un texto de *Anfibia* es que le ordena las ideas al lector. Es decir: esto que vos creías, es más o menos así, estas son las herramientas que te pueden ayudar a pensar, a discutirlo, debatirlo y provocarlo un poco también. (...) Tenemos un promedio interanual (de julio a julio) de 350 mil lectores únicos (personas distintas), tenés meses de 600 mil lectores únicos, y un mal mes es de 200 mil. Está atado al contenido y cantidad de visitas que pueden

tener las notas. Es un toco. Porque el primer año tuvimos un promedio de 30 o 40 mil, de mayo de 2012 a mayo de 2013. El crecimiento siempre fue sostenido, y se produce un despegue importante en el año 2015, después del caso Nisman, con dos o tres textos vinculados a la muerte de Nisman. Vos cada vez que tenés un pico de visitas te eleva el piso, lectores nuevos. Gente que le pone me gusta a la página y que ya le queda como un medio más y que cada tanto vuelve. Por eso el contenido viral eleva el piso del tráfico. Y el tiempo de lectura no bajó, en promedio. De cuatro minutos y pico, promedio. Contra veinte segundos de lectura que tiene *Clarín*.

- ¿Y dónde está geográficamente el lector?

Mayormente en Buenos Aires. La mayoría de los lectores argentinos están en Buenos Aires y gran Buenos Aires. En su momento hacíamos actividades gratuitas, regalábamos un montón de libros...yo pongo atención a qué porcentaje puso la dirección revista *Anfibia* puntocom. El contenido virtual funciona como la primicia de antes, esa que salía en tapa y levantaba la cantidad de revistas vendidas después. Funciona más o menos igual. Para eso hay que construir una marca: yo decía, hay notas que están mejor en otros lados y el lector la viene a buscar acá. En todo caso, el esfuerzo mío está puesto en eso. Decir: acá es un lugar para leer. Eso nos ayudó a pensar el diseño: ya que vamos a proponer eso, que no sea una página llena de chirimbolos, sino que el lector encuentre ahí como un reposo. Que sea agradable. Si entrás a *Clarín*, por ejemplo, estás como cargada de cosas que molestan.

En torno a las relaciones conceptuales posibles, encontramos un vínculo del lector con el financiamiento. Articulaciones entre las revistas y los lectores en sus editoriales de presentación y en algunos espacios donde se invita a hacer propuestas y sugerencias (*Tucumán Zeta*) y/o donde se formulan pedidos de aportes como en el caso *Último Round*.

En ocasión del paso del papel a la web, el editorial de la revista apuntó a hacer mención de un compromiso comunicacional con el lector (DP104, *Último Round*-junio 2015)

Los me gusta compartidos y visitas a la web crecen de una manera bastante vertiginosa, y la balanza de nuestro tiempo de trabajo favoreció ampliamente el periodismo en desmedro de la planilla de cálculo cruda y dura. Ojalá nuestros lectores y lectoras también puedan interpretar alegremente este cambio; es decir, que la frialdad de lo electrónico sea ampliamente compensada con la calidez de nuestro compromiso comunicacional.

libre y autogestionada. Nacimos en 2013 fruto de una treintena de artistas y periodistas comprometidos con nuestro rol como sujetos políticos que habitan un mundo profundamente desigual, uno en el que se están disolviendo logros importantes a los que se llegó con mucho esfuerzo en la historia de los derechos humanos, y creemos que no nos podemos quedar inermes.

CUADRILÁTERO
GUANTES
CAMPANA
CONTACTO

En Ultimo Round entrevistamos a personalidades de relevancia de la cultura, publicamos notas de opinión y análisis sobre el escenario nacional e internacional, y ofrecemos el espacio a quienes compartan el mismo propósito de acción concreta en esta tarea.

Como muchas otras webs, mantenemos nuestra actividad independientemente del rédito económico. Las mega-corporaciones mediáticas constituyen un desafío enorme para el periodismo, porque ponen en riesgo su responsabilidad histórica.

La autogestión como bandera, significa dar una batalla cotidiana contra un montón de dificultades. Por eso te invitamos a hacer un pequeño aporte económico para sostenerla y seguir creciendo.

Los medios libres son oxígeno para las ideas.

Hay dos tipos de aportes: Los que se realizan por única vez por un valor de 50 o 100 pesos argentinos (o su equivalente en la moneda extranjera correspondiente) y un aporte mensual a través del débito automático en una tarjeta de crédito por 50 pesos argentinos (o su equivalente en la moneda extranjera correspondiente).

Colabores o no, esperamos que disfrutes, que te peles con los textos, que agregues datos, que reflexiones, que nos des tu perspectiva. Los comentarios están abiertos acá y en las redes sociales. ¡Gracias!

Necesitamos tu aporte

Hay dos tipos de aportes económicos:

Los que se realizan por única vez por un valor de 50 o 100 pesos argentinos (o su equivalente en la moneda extranjera correspondiente) y un aporte mensual a través del débito automático en una tarjeta de crédito por 50 pesos argentinos (o su equivalente en la moneda extranjera correspondiente).

Aportar \$50 a
ULTIMOROUND

Aportar \$100 a
ULTIMOROUND

Suscribirse

En el caso *Deodoro*, Matías Lapezzata (DP 121) puntualiza que el lector suscita debate en el ámbito de la producción.

Uno nunca puede representarse una idea de lector pero al menos, como equipo de laburo, siempre pensábamos en un lenguaje no especializado y en ese sentido, un lector no especializado especialmente en términos académicos, sino que la revista lograra un espectro de intereses amplios, que tuviera un registro de lectura que pudiera ser de comprensión general. (...) Teníamos muchas devoluciones y de toda clase. Había mucha gente que odiaba la revista, otra gente que le gustaba, había números que tenían más éxito que otros, era todo un vaivén bastante extraño pero estábamos al tanto de lo que se pensaba. La poníamos mucho en discusión, en ese sentido no estábamos cerrados como grupo de redacción, sino que todo el tiempo vinculábamos la revista con otros espacios, interlocutores, siempre tratábamos de discutir un poco con otros sectores. Teníamos críticas de toda clase, buenas y malas.

- ¿Y se consideraban esas críticas?

Sí, sí. Había algo lindo que tenía la revista y era que el proceso de creación de número a número era con mucho diálogo y mucha discusión permanente, como de mucha libertad también. No había como una idea rectora precisa, más bien había como una apertura. Como

trabajábamos con redactores que no eran de la revista, a veces pedíamos unas cosas y nos daban otras, y tenés que aprender a laburar con eso también. (...) El lector que pensábamos era un lector que no fuera académico y que, no necesariamente pudiera incluir a los que estaban fuera de la órbita universitaria.

Tucumán Zeta se pregunta por las competencias de sus lectores. La búsqueda apunta a captarlos a partir de la necesidad de interpretar qué ocurre a su alrededor (Entrevista Bruno Cirnigliaro, DP 123)

En primer lugar, nosotros sabemos que si a una persona no le gusta leer, no va a leer ni crónicas ni nada. La verdad es que tiene que gustarte sentarte con la computadora, la tablet o el teléfono a leer, una crónica que va a demandar entre 12 y 15 minutos de lectura. Entonces, en primer lugar te tiene que gustar leer. Los lectores de *Tucumán Zeta* básicamente son jóvenes, universitarios y no tan universitarios, que les gusta leer. No es un público masivo claramente en Tucumán, si tiene un público, no sé si selecto, que lee, que estudia, que le gusta la literatura, el periodismo, y que se interesa por cuestiones que pasan en Tucumán desde una mirada totalmente distinta. Es gente que consume medios alternativos, y no tanto el medio hegemónico de acá de Tucumán.

[Nosotros] (...) relanzamos nueva web y fue un proceso de cambio que tuvimos, pero mirá te diría que más de 60 mil personas en cuatro años de historia que llevamos pasaron alguna vez por la revista. Igual los números son relativos, según por dónde los mires. Pero por ejemplo, hemos tenido visitas entre 7 y 8 mil por día. En momentos de pico de lectura cuando hemos publicado varias crónicas a la vez, te diría por ejemplo en diciembre de 2013, que fue cuando ocurrieron los saqueos en Tucumán que fueron dos o tres días terribles para nosotros, para los tucumanos (...) Bueno, en esos días tuvimos picos de 8 mil, 9 mil, y hasta 12 mil lectores. Esos son los números que tenemos ahora. Y ahora estamos midiendo todo desde cero por la nueva página.

Fabrizio Lombardo, *Último Round* (DP124) imagina un lector modelo que es obrero, y que se interesa por lo que ocurre aunque tiene poco tiempo para dedicar a la lectura.

Así como ya es difícil publicar novelas que tengan más de 300 o 400 páginas, ya nadie escribe novelas de 700 páginas, de la misma manera las notas yo ahí los criterios que manejo son los del cansancio en la lectura, de la rapidez con la que hoy se consume, que tiene que ver con esas cuestiones. ¿A qué lector apuntás con notas de 40 mil caracteres, de 30 mil caracteres? ¿Quién te va a leer toda esa nota, ¿quién tiene ganas? Además, ¿tanto hay para

decir? El lector que yo conozco, es un tipo medio, que labura que está cansado, que tiene hijos, o los pibes mismos no te van a leer, se cansan de estar en Facebook, imaginate cuánto se pueden cansar de estar en una revista militante.

Pablo Siciliano de *Big Sur*, remarca que los editores publican muchas veces pensando en las lecturas que ellos hacen o en virtud de temas con los que ellos mismos se identifican (DP125)

Big Sur apunta a un público específico, un público que ya leyó la noticia y que quiere entenderla de otra manera y a veces no te bastan tres párrafos para resumirte algo. La pirámide invertida funciona cuando vos querés contar algo nuevo o novedoso. Nosotros escribimos crónicas, en muchos casos, o análisis. Una crónica periodística es un cuento y te dura lo que dura. Cuando arranqué, unas de las primeras notas que escribí para *Big Sur* fue un viaje que hice a Gastre, donde un amigo tiene un hotel, el chabón tiene un hotel esperando la megaminería, entonces hice una historia sobre lo que pasa en Gastre, la escribí desde un punto de vista de cómo lo ve la sociedad de Gastre, que espera la minería.

Yo no me puse a favor ni en contra, al final digo algo como que están esperando que la minería les cambie la vida y la vida se la va a cambiar a la gente de guita y ellos van a seguir siendo pobres toda la vida. La nota es larga pero la leyeron todos, muchos me terminaron puteando por la nota, otros la aplaudían, pero la nota más leída de *Big Sur* es esa y es larga, tiene como dos páginas y media.

Cuando el texto es bueno y llama la atención de la gente, lo leen todos, la gente le gusta, se siente parte de algo cuando leen un texto largo de una revista especializada, de gente local (...)

-Y cómo son los rasgos del lector

El lector soy yo. Yo escribo para lo que a mí me gusta. Si voy a hacer algo que yo quiero, no haría una revista para un público que no sea yo. Hago lo que a mí me gusta porque es lo que me gustaría leer a mí. Toco los temas que a mí me interesan, he hecho hasta notas de series de Netflix que veo y me gustan, ¿Quién me dice qué puedo hacer o no? Es mi revista, hacemos los que nos gusta.

En síntesis, y desde las entrevistas, el lector equivale a cuáles rasgos e intereses se ponen en juego con la práctica de lectura, lo que presupone una identificación desde características personales y sociales tales como la edad, la formación, la ocupación o la identidad en términos de cuáles lugares geográficos habito o cuáles ideas milito.

También hay un supuesto vinculado al contrato de lectura, donde lo que se genera no es una mirada crítica del lector sino la necesidad de conocerlo para la adecuación del temario. Ese contrato de lectura tiene además como componente el factor ideológico que es en mayoría el que lleva a comentar las notas que posibilitan cierto diálogo. También la producción es consciente de cierta negociación con los lectores en términos de priorizar calidad periodística y originalidad. De ese modo surgen agendas más cercanas a las que se conforman en redes sociales (agenda melding)⁹⁶, con temas tales como los de género, feminismo, consumos culturales y medicinas alternativas.

En mayoría, los lectores de las publicaciones estudiadas son pensados como jóvenes que quieren leer textos para interpretar, pero también encontramos otros perfiles asociados a prácticas específicas, deportes, experiencias, viajes, etcétera y que buscan géneros narrativos por el sólo hecho de disfrutar el placer de la lectura. En ese punto, mientras que hay investigaciones que refieren a las potencialidades del soporte digital para la lectura de largo aliento, no hay acuerdo de parte de los editores en torno a si en la recepción se cuenta o no con competencias suficientes como para afrontar textos muy largos. En cambio, sí hay certezas en torno a que “la crónica ordena” y posibilita comprender, ofreciendo otros ángulos de lo conocido o historias originales. Consideramos entonces que las revistas son el resultado del cruce de la práctica periodística y la representación de los lectores, a partir de la exploración y adaptación del género a nuevas demandas y tensiones que le impone el entorno digital.

El lector en los textos

Una de las herramientas con las que se busca atraer al lector son los títulos, los cuales se constituyen como una consecuencia de las estrategias de escritura teniendo como requisito resultar atractivos o creativos e interpelar a quien los lee. La referencialidad en los títulos no es tan explícita como en los del periodismo generalista sino que sugiere y muchas veces da por sentado que la información principal sobre la que el artículo ahondará ya se conoce. No obstante, el título también apela a la originalidad más allá de que la información básica se haya difundido o no.

En los títulos tampoco rige de modo tan estricto la fórmula en la que debe ir indefectiblemente un verbo, sino que muchas veces hay variaciones y los encontramos con una palabra o dos (Ficciones, Galleros, Volver, Mundo porno, Los fachos), sin hacer referencia específica al sujeto de la oración (Fuiste un lujo, El estilo en la mirada, Buenos muchachos) o mencionándolo de manera tal que genera intriga (Cuando Walsh solo escribía, Honrarás a Talese, El

⁹⁶ Cabe señalar que las agendas de movimientos sociales y grupos de referencia se establecen mediante el uso de links de medios generalistas y de segunda lectura, proponiendo así otro orden de temas.

rompecabezas Nisman, A pedido de Benetton, Atilio, el todólogo), haciendo también referencia a lugares (La china invisible, En el corazón del monstruo, Un pueblo de doce personas y una cancha de fútbol). En cierta forma, pareciera que el periodismo literario tiene mayor margen de creatividad para titular.

El título además busca ser transgresor, dar cuenta de algo que no se conoce del tema o de aspectos nuevos de un tema ya conocido (Sé lo que hicieron en el diario *El Atlántico*, Otro sacrificio para el dios agroindustrial), puede ser una interrogación (¿Coger no es amor? ¿Quién dijo que no hay negros en Rumencó?, Soy cuartetero, ¿y qué?), hacer referencia al tema de la crónica o de la entrevista, dejando lugar también a las frases destacadas de los entrevistados (“Macri es la nada, loco”,) o a frases conocidas o desconocidas de personalidades (Derrote el terror⁹⁷).

También producto de codificación se observan otras estrategias de escritura y composición de los textos en relación con el lector. Nos llaman la atención las explicaciones, la autorreferencialidad y los raccontos (narraciones preactivas) en virtud de la necesidad de lograr el acompañamiento del lector.

Nombre	Fu...	De...	Autor	Creado	Modifica...	F...
✖ Tema animalidad	1	0	Super	09 07 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Arte y política cultural (arte...	21	0	Super	28 01 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Cannabis y medicina altern...	6	0	Super	27 01 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Corporalidades (sexualidad,...	18	0	Super	28 02 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Derechos Humanos, identi...	14	0	Super	10 07 20...	01 08 20...	T..
✖ Tema Empleo y pobreza	9	0	Super	08 07 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Feminismos, masculinidad...	15	0	Super	20 03 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Historia argentina y dictad...	11	0	Super	25 02 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Minería, petróleo, recursos ...	9	0	Super	08 07 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Periodismo y medios de co...	20	0	Super	20 03 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Poder político, empresarial,...	25	0	Super	26 01 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Policía, cárceles, marginali...	12	0	Super	01 03 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Política estudiantil y univer...	4	0	Super	12 07 20...	19 08 20...	T..
✖ Tema Retratos de personajes loca...	1	0	Super	09 07 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema TecnologíasDigitales	2	0	Super	08 03 20...	31 07 20...	T..
✖ Tema Vida cotidiana	8	0	Super	24 06 20...	31 07 20...	T..
✖ Temario~	66	0	Super	15 01 20...	12 08 20...	T..
✖ Territorios~	108	0	Super	15 01 20...	10 08 20...	E..
✖ Texto s/foto	3	0	Super	29 10 20...	29 10 20...	F..
✖ Tipo de actualidad~	9	0	Super	15 01 20...	12 08 20...	
✖ titulo~	130	0	Super	23 01 20...	14 11 20...	E..
✖ Tramas	91	0	Super	28 01 20...	01 08 20...	E..
✖ transmedia	2	0	Super	01 08 20...	01 08 20...	
✖ Uso de refranes	1	0	Super	25 02 20...	01 08 20...	E..
✖ VentaversiónPapel	12	0	Super	31 07 20...	31 07 20...	

⁹⁷ Rodolfo Walsh escribió en 1976, lo siguiente: “Cadena Informativa es uno de los instrumentos que está creando el pueblo argentino para romper el bloqueo de la información. Cadena Informativa puede ser usted mismo, un instrumento para que usted se libere del terror y libere a otros del terror. Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo. Mande copias a sus amigos: nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El terror se basa en la incomunicación. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad. Derrote al terror. Haga circular esta información”.

Ejemplos del recurso de explicación. Bienvenidos al Paseo Aldrey, *Ajo* (DP 2)

Una concesión es el traspaso, por parte del Estado, de un bien que pertenece a toda la sociedad hacia manos de ciudadanos particulares, con fines de explotación comercial, por un período determinado. Para otorgar este bien, existen diversos mecanismos. El más conocido es el llamado a licitación: el Estado prepara un pliego con las condiciones del otorgamiento, la inversión base que se deberá realizar, el canon que se tendrá que abonar, entre otros ítems. Una vez que se da a conocer ese pliego, a través de una convocatoria pública, las empresas o particulares interesados se presentan a la licitación y compiten entre sí buscando mejorar la base propuesta. El Estado, luego de un proceso de evaluación de las ofertas de cada participante, elige la que considera más conveniente. Cuando se trata de procesos limpios y ajustados a derecho, el final es abierto y, cual si fuera un certamen televisivo, las empresas competidoras aguardan con ansiedad el resultado.

Por otro lado, la explicación avanza hacia descripciones o preguntas retóricas (que plantean un problema que promete resolverse en el texto, o al menos con la continuidad del monólogo interno).

Revista *Anfibia*, (DP37) La belleza del cuerpo femenino.

El fisicoculturismo femenino despierta admiración, deseo, fascinación, rechazo, temor y asco. Las forzudas desafían los patrones estéticos impuestos a las mujeres de todas las épocas. Para los medios de comunicación son freaks cuyos cuerpos escapan a los límites construidos culturalmente. Fenómenos que interpelan al ideal estético de la figura perfecta que permite acceder a la fama o algún tipo de reconocimiento. Su robustez introduce otra forma de apreciar lo femenino, desordena las convenciones conocidas, torna inclasificable la anatomía de la mujer: ¿Cómo es el cuerpo femenino perfecto? ¿Cuánto de masa muscular? ¿Qué tamaño?

Las explicaciones permiten que el lector conozca aspectos sobre el territorio, los personajes, los conflictos o de los fenómenos sociales que son objeto de la narración. Revista *Anfibia*, Cuartetero, (DP 48).

Cada fin de semana miles de jóvenes cordobeses de barrios populares se acercan a los clubes, boliches y estadios donde los bailes de cuarteto dan ritmo a sus noches. Aunque los gustos personales puedan deslizarse hacia otro artista, el cantante emblemático es La Mona y conviene presentarse como admirador suyo para ser considerado un verdadero cuartetero. Si La Mona Jiménez es el Dios viviente y la Leo le puso música al paraíso, Rodrigo es un profeta que murió demasiado joven y dejó abierta la puerta para que todos busquen un heredero.

Revista *Tucumán Zeta* (DP80) Ricardo Farías, padre de la noche.

Cuando comenzó el auge de la cumbia, Fantástico se convirtió con rapidez en uno de los principales escenarios para los artistas del género en Tucumán. Por la bailanta de Farías pasaron todos los músicos tropicales del momento: Grupo Orly, Jorge Daniel, el Negro Videla, Chunchulas, Karicia, entre otros. Pero la movida seguía creciendo y reclamaba más y mejores espacios. Entonces, Ricardo supo aprovechar la oportunidad que se le ofrecía y se asoció con Daniel Coronel, el dueño de Tokio. La discoteca de la esquina de 9 de Julio y General Paz tenía una gran infraestructura pero era un fracaso, no atraía al público. Ahí Farías montó Metrópolis, el boliche de música tropical que hasta el día de hoy es su marca registrada. El éxito fue inmediato. Metrópolis acompañó la explosión de la cumbia en la clase media tucumana y fue el lugar donde recalaron los principales referentes de la movida: Gilda, Rodrigo, Lia Crucet, Los Charros, Leo Matioli. El boliche era el único en Tucumán que abría viernes, sábados y domingos con una convocatoria de 12.000 personas por semana. Sin embargo, Farías no se conformó y fue por más. Un par de años después de inaugurar Metrópolis y con Fantástico aún vigente, compró La Fábrica, una discoteca ubicada en la calle 24 de Septiembre al 900, la remodeló y abrió Konga, otro boliche de música tropical. Para ese entonces, el apellido Farías ya se había convertido en sinónimo de bailanta.

A la vez, la autorreferencialidad habilita preguntas que el lector también podría hacerse para comprender la trama. Revista *Último Round*, (DP103), ¿Coger no es amor?

Cuando leo esos contenidos me surgen dudas: ¿Existe algo así como un código internacional del *Swinger*? ¿Un manual de estilo y buenas costumbres?

La explicación también puede ser un racconto. Ejemplo en revista *Último Round* (DP110)

¿Cuál ha sido la postura de los sucesivos gobiernos en la Argentina desde la década de los noventa frente al aborto, principal causa de muerte de mujeres gestantes? Recapitulemos: Carlos Menem: presidente reelecto, fue un hombre de estrecha relación con la Iglesia Católica. Tuvo seis encuentros con el Papa Juan Pablo II, y en el último de ellos (1999) acordaron decretar en la Argentina un día para el “niño por nacer”, dedicado a embriones y fetos de los embarazos. Sin embargo, se supo que el propio expresidente, años atrás, acompañó a su esposa Zulema Yoma a practicarse un aborto clandestino con las condiciones que los pudientes pueden pagar.

Fernando De la Rúa: el presidente de “La Alianza” también sostuvo repetidas veces la posición contra el aborto “como un método de control de la natalidad o una alternativa válida ante un embarazo no deseado”. Además defendió la familia “fundada en el matrimonio como una unión permanente del hombre y la mujer” (1) mostrando las raíces del catolicismo en su pensamiento. Eduardo Duhalde: el expresidente y candidato en las últimas elecciones ni estuvo ni está a favor de la legalización del aborto. Entiende que “Es un asesinato, un homicidio y por una moda no se puede autorizar”. Al igual que De la Rúa al mismo tiempo que atacan la legalización del aborto, se manifiesta contrario del matrimonio igualitario: “El matrimonio es una institución formada por un hombre y una mujer y una mayoría circunstancial no puede modificarlo”.

Néstor Kirchner: la posición que adoptó personalmente el máximo dirigente del Frente Para la Victoria fue siempre contraria a la despenalización del aborto. Sin embargo, cabe señalar que durante su mandato el ministro de salud Ginés González García desarrolló una guía técnica para la realización de abortos no punibles que debía distribuirse en todas las instituciones públicas de salud, y ante sus declaraciones en torno a flexibilizar la penalización del aborto, fue cruzado por el entonces presidente y jefe de gabinete Aníbal Fernández, quien aclaró que no se estaba trabajando en ningún proyecto respecto a la despenalización.

Cristina Fernández de Kirchner: en la misma línea que su esposo, Cristina ratificó estar en contra del aborto en repetidas ocasiones. Una de sus últimas declaraciones respecto al tema se dio durante la modificación del Código Civil, cuando se le indagó respecto de la inclusión de la posibilidad de abortar, aclaró que el aborto es un tema penal.

Si bien todas las demás estrategias de tratamiento apuntan a atraer al lector, destacamos las anteriores como marcas recurrentes del corpus que tuvieron como propósito sostener el interés y generar así que la lectura fuese hasta el final de los textos.

El lector desde los comentarios

Las prácticas relacionadas a redes sociales que pudimos identificar en las entrevistas apuntan a tener en cuenta la cantidad de textos propios compartidos (*Ajo*) poner atención a las agendas de grupos en redes sociales para abocarse a ciertos temas como el feminismo (*Escritura Crónica*), hacer comparativas con lo que hacen en esos ámbitos los medios generalistas (*Telaraña*), probar cómo funcionan formatos audiovisuales y grupos temáticos (*Islandia*), difundir anuarios y la propuesta en general (*Tucumán Zeta*), potenciar el lanzamiento del proyecto con videos cortos informativos y otros promocionales (*Big Sur*).

A esto se añade que los cronistas también hicieron referencia a sus prácticas en redes sociales en sus narraciones. Ejemplo con los dos fragmentos que presentamos a continuación.

Revista *Anfibia*, *De las respuestas evasivas* (DP42)

La reacción en las redes sociales fue inmediata y abrumadora. Me llegaban notificaciones a cada segundo y se acumulaban los comentarios y los seguidores. Por la tarde, Twitter me avisó que mi cuenta era tendencia en Buenos Aires. Me sorprendí. La mayor parte eran mensajes positivos, pero un tuitero dijo que la nota era mala por la obviedad de las respuestas, otro arrojó al presidente para “acusarme” por lo que había escrito y alguno más me calificó de tendenciosa. “Seguro nunca escribiste de Lázaro, de Cristóbal”. Le respondí que escribí de ellos y de muchos más. Uno me exigió que reconociera que los Kirchner no daban entrevistas (lo reconocí, claro, tenía razón) y me advirtió que yo ya era “un símbolo para los K”. Le dije que ya se les iba a pasar en cuanto escribiera sobre la corrupción 2003-2015, lo que hago seguido. Un tuitero comenzó una campaña para que Fernández de Kirchner me diera una entrevista. Ojalá, hay tantas cosas para preguntarle.

Revista *Ajo*, *Quién suena reggae* (DP7)

El concierto empieza a las 20:55. RonDamón sale a escena y recibe un aluvión de aplausos. El lugar no está lleno, pero casi no se ven espacios vacíos. Milton me da su teléfono y me pide que transmita algún tema en directo para la página oficial en Facebook. Inicio la transmisión y a la mitad del primer tema pierdo la cuenta de la cantidad de mensajes, me gusta y compartidos que disparan los seguidores de Argentina, Perú, México, Guatemala, Brasil, Chile, Colombia y España, entre otros países. El video tiene una expansión que supera las 15 mil interacciones. O sea, 15 mil personas desperdigadas por el mundo que de una u otra forma están conectadas en vivo con el concierto. Antes de que comience el quinto tema presiono en la pantalla la opción finalizar y me guardo el teléfono en el bolsillo. Sí: el dispositivo que le permite a cualquiera transmitir en vivo y en directo un concierto para el mundo entra en el bolsillo de un jean.

No obstante, a pesar de lo anterior, decidimos acotar el abordaje o profundizar la mirada sobre los comentarios que los usuarios hicieron en las mismas páginas web de las revistas digitales, es decir, al pie de los textos pero sin salir de su dominio. Al respecto, consideramos que el seguimiento de comentarios en redes sociales y otras plataformas es un aspecto pendiente a abordar en futuros trabajos.

Relevamiento de comentarios en las webs estudiadas

En relación con los comentarios, *Ajo* no los permitió en su publicación durante el período estudiado, y verificamos que, en el caso de *Tucumán Zeta*, si bien se propuso a los usuarios tomar

contacto con la revista (mediante un recuadro que acompañó a los textos), no era posible dejar comentarios al pie ni visibilizar los que escribieron otras personas.

En *Escritura Crónica*, la opción no estuvo claramente demarcada en todos los casos, y si bien se podía dejar algún comentario bajo la leyenda “*leave a comment*” tampoco eran visibles las interacciones de otros usuarios. La misma lógica rigió en la plantilla de *Deodoro* donde se habilitaron comentarios, pero no estaban disponibles para su lectura.

Dadas las dificultades que presentó la búsqueda del material de la revista *Big sur*, la cual dejó de estar on line en 2017, y teniendo en cuenta el lineamiento de *Ajo* con relación a los comentarios, se decidió profundizar el análisis en siete revistas del corpus total de nueve (100 textos del muestreo total de 126). El procedimiento consistió en ir paralelamente a las páginas web en línea para luego realizar capturas de los comentarios en su contexto de publicación y crear una tipología correspondiente.

Tipos de comentarios

La tipología de comentarios que presentamos es la resultante de la codificación de los textos encontrados en las páginas web en línea.

Tipo de comentario	Explicación
1- Valoración positiva	Enunciación de carácter positivo sobre la revista, el texto, el tema, personaje/s que aparecen o del periodista que escribe.
2-Aporte crítico o de datos	Opiniones tanto positivas como negativas que pueden aparecer en el mismo comentario, haciendo referencia a la revista, al tema, los personajes, el tratamiento de la información o punto de vista enunciado, que tiene como objetivo suscitar otras acciones como respuesta del medio, de otros usuarios, comparar un texto autorreferencial publicado en los comentarios por algún lector y/o generar y suscitar debate.

3-Identificación desde lo personal	Apela a aspectos personales en primer orden, lo que se traduce en comentarios relacionados a detalles que vinculan al lector de modo directo con el texto en general, con la información y/o el tema en cuestión. En esta dimensión se han clasificado comentarios de larga extensión que tuvieron como propósito exponer la autorreferencialidad de lectores en relación con el texto principal.
4-Valoración negativa	Comentario negativo, insultante, con ironía, o en forma de pregunta retórica en contraposición a lo expresado, informado, tratado o presentado por el texto o por otros comentarios.
5-Valoración emotiva	Comentario que apela a la emoción en primer orden con expresiones tales como “emocionante”, “hasta los huesos”, “no pude evitar las lágrimas”, etcétera y que puede presentarse también como valoración positiva o negativa. De acuerdo a los resultados hallados, la mayoría de las valoraciones emotivas fueron de carácter positivo.
6-Links pegados como comentario	Son comentarios con direcciones URL a otras notas de la revista o de otros medios digitales generalistas
7-Otras	Comentarios neutros o que no logran definir una línea argumental positiva ni negativa, uso de emoticones o sólo aparición de saludos tales como “abrazo”; apertura de conversaciones entre usuarios y/o con autores de las notas y respuestas a dichas conversaciones.

Revista	Textos codificados	Cantidad de textos con comentarios
---------	--------------------	------------------------------------

<i>Telaraña Digital</i>	17	6
<i>Islandia</i>	13	7
<i>Último Round</i>	12	3
<i>Anfibia</i>	15	10
<i>Tucumán Zeta</i>	14	0
<i>Deodoro</i>	12	0
<i>Escritura Crónica</i>	16	0

Cuadro de revistas en las que se relevaron comentarios

Revista		Notas con comentarios	Cant.	Tipo de comentarios
<i>Telaraña</i>	20 junio 2015	Plantarse en la verdad	1	Identificación personal

<i>digital</i>		(DP196)		
<i>Telaraña digital</i>	5 agosto 2015	Contra la ley (DP197)	1	Valoración negativa
<i>Telaraña digital</i>	19 abril 2016	El kilómetro infinito (DP200)	1	Valoración emotiva
<i>Telaraña digital</i>	12 agosto 2013	Del arte a la identidad (DP198)	2	Identificaciones personales
<i>Telaraña digital</i>	24 junio 2015	La rebelión de Las Doras (DP203)	1	Valoración emotiva
<i>Telaraña digital</i>	29 agosto 2012	Los discursos de Don Luna (DP204)	19	3 Id. Personal/5 Val.positiva/5 Val.Negativa/2 val. Emocional/2 Ap.Criticos/1 otro/1 Link
<i>Total</i>			25

Revista <i>Islandia</i>	Notas con comentarios (título y número de DP Atlas.ti)	Cant. Com. X nota	Tipo de comentarios
Dic 2016	Ficciones (DP91)	1	1 Valoración positiva
Nov 2016	Nace una estrella (DP94)	4	Valoraciones positivas
Diciembre 2016	Buenos muchachos (DP98)	4	Valoraciones positivas
Diciembre 2016	Volver (DP102)	2	1 Valoración negativa 1 Otra- (Respuesta del autor del texto al comentario) 1 <i>conversación</i>
Marzo 2017	Unos pocos peligros sensatos (DP100)	1	1 valoración positiva
Septiembre 2016	Atilio López: Fidelidad obrera y albiazul (DP100)	1	1 valoración positiva
Octubre 2016	El cerebro de Frankenstein. Neurociencia y política (DP104)	4	Valoraciones positivas
		17	

TIPO DE COMENTARIOS EN ISLANDIA

Revista Último Round	Notas con comentarios	Cant.com.x nota	Tipo de comentarios
21 abril 2015	¿Coger no es amor? (DP109)	5	4 valoraciones positivas 1 otra (no se entiende)
9 noviembre 2015	“Macri es la nada, loco” (DP112)	26	10 Val positivas 4 Val negativas 9 Aportes críticos 1 link 2 Otras (5 conversaciones, 2 respuestas)
24 noviembre 2016	Esto termina mal (DP115)	2	1 valoración positiva 1 Aporte crítico
		33

Revista	Notas con comentarios	Coment. X nota	Tipo de comentarios
Anfibia			
Julio 2015	La belleza del cuerpo femenino (DP37)	3	2 valoraciones positivas 1 valoración negativa
Agosto 2016	De las respuesta evasivas al discurso del poder (DP42)	8	2 Aporte de datos 1 Link 3 Otras 1 Respuesta de la revista 1 Valoración negativa
Junio 2016	La vida después de Jihad (DP46)	8	Seis valoraciones positivas 2 Otras (pedido de que se publique el documental como producto relacionado)
Febrero	Soy cuartetero ¿Y qué? (DP48)	9	2 valoraciones positivas

2014			5 aportes críticos y de datos 2 valoraciones negativas
Mayo 2012	La china invisible (DP40)	5	Valoraciones positivas
Enero 2016	¿Qué es el periodismo literario? (DP59)	8	Valoraciones positivas
Agosto 2016	The Viña Cañas affaire (DP50)	38	25 Valoraciones positivas 4 Aportes críticos o de datos 6 Identificaciones desde lo personal con el texto 2 Valoración emotiva 1 Otra-(comentario neutro sobre aspectos del texto)
Julio 2016	El medio ya no es medio ni mensaje (DP53)	40 <i>(14 conversaciones 13 comentarios)</i>	10 valoraciones positivas 27 aportes críticos y/o de datos 1 valoración negativa 2 otras-pedido de informe completo, link <i>(17 respuestas de los autores)</i>
Febrero 2015	El rompecabezas Nisman (DP55)	69	50 valoraciones positivas 8 Aportes críticos y/o datos 5 valoraciones negativas 6 otras-2 links, un chiste, y

			comentarios neutrales <i>(+10 conversaciones, 8 respuestas)</i>
Diciembre 2015	Fuiste un lujo	620	303 Valoraciones positivas 32 Aporte crítico o de datos 81 Identificaciones desde lo personal 53 Valoraciones negativas 146 Valoraciones desde la emotividad (todas positivas) 4 “otras” uno neutral, un emoticón, un saludo “abrazos”, un comentario sobre el espacio utilizado por otros usuarios para comentar 1 link <i>(19 conversaciones)</i>
		808

Ejemplos de la tipología de comentarios

1. Valoración positiva

Omar Carpin

Excelente crónica, de lo mejor que leí sobre este caso. Un ejemplo de periodismo en serio frente a tanta medianía, opereta barata y pescado podrido.

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 15 · 3 años

ani 22 abril, 2016 at 21:03

que bocanada de aire este artículo ante tanta cosa inerte y repetida que nos llega a diario...Las imágenes una delicia...felicitaciones a ambos entrevistado y entrevistador!!!

[Respuesta](#)

Juan Mascardi

Hay muertes demasiado urgentes para opinar tan rápido.

Cronistas de anticipación, criminólogos del stand up, sucesores de Lanatas, estadistas del Facebook, piqueteros de 140 caracteres, militantes del pavor, verborágicos atómicos, nóbeles del neoliberalismo, políticos rompe diarios, diarios rompe verdades, especialistas del verosímil. Hay urgencias y hay muertes. Pero hay contexto, hay historia, hay leyes físicas de acciones y reacciones. Hay libertad de prensa aunque no siempre hay libertad de medios.

Hay de todo y entre todo hasta el día de hoy no había leído nada convincente sobre el caso Nisman. Hoy, con la paciencia del ajedrecista, la obstinación del maratonista, la prolijidad del anatomista los colegas Andrés Fianza y Sonia Budassi presentan en Revista Anfibia algunos fragmentos de este rompecabezas.

Porque hay urgencias pero también hay periodismo.

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 146 · 3 años

Ayelén Rodríguez

Solo me queda agregar un: Gracias Revista Anfibia por existir!

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 2 años

2. Críticas y/o aportes de datos

Eugenia 22 noviembre, 2015 at 19:35

Está muy buena la entrevista, pero me parece que el título es un poco básico, como si sólo se tratara de política cuando aborda un montón de temas. Hay que dejar de plantearse las cosas entre "uno u otro" y ser un poco más amplios, cambiar las preguntas.

Respuesta

Mariano Fernández

Está buenísimo el trabajo que hacen (y la disposición a conversar y discutir con los lectores). Felicitaciones! Comparto algunas precauciones expuestas en otros comentarios, y entiendo las justificaciones (enfoque cualitativo, trabajo en pleno desarrollo).

Más allá de eso, la lectura del artículo me generó algunas dudas. La primera, sobre la pertinencia del corte generacional. Para un primer recorte del universo de análisis parece correcta, pero hay otras variables que podrían ser útiles (además de la socio-económica). Por ejemplo, aquellas que describan la socialización (política, cultural, educativa, laboral) y que pueden influir potencialmente en el interés por informarse (sobre lo que sea). Me imagino que es algo que ya deben haber pensado y definido, estaría bueno saber cómo están resolviendo.

Como derivada, tengo la impresión de que el análisis se sostiene en un supuesto que no sé si es correcto y es el siguiente: que de no existir Internet (ni Facebook, ni Twitter, ni ninguna otra red social) estos jóvenes se informarían a través de los medios "tradicionales". Es decir, bajo otras condiciones de mediatización (que son, siempre, otras condiciones de posibilidad para vincularse o ingresar en la actualidad) lo hubieran hecho, pero de otra forma. ¿Es así? ¿Consumirían noticias -de modo incidental o no- si no vivieran conectados?

Marina Filippa

24 entrevistas con jóvenes argentinos clase media y media-alta de 18 a 29 años es un corte paupérrimo para analizar "Cómo es la experiencia de consumo de noticias de los jóvenes en Argentina y qué sucede en sus prácticas cotidianas". Con todo respeto, Anfibia, este artículo aporta solo ruido. Quizá si el título y la bajada fueran diferentes.. Pero así correrían el riesgo de que pase de largo. Como adentro se expresa: "...después me quedo fijando los titulares que están en la página y si hay alguno que me llama la atención, entro".

Me gusta · Responder · 2 años

MESO Argentina

MESO Mariana – Muchas gracias por tu comentario. Disentimos con tu evaluación en términos generales. En investigación cualitativa la clave no son la cantidad de entrevistas sino, entre otras cosas, el nivel de redundancia en las experiencias de los entrevistados. En este caso, las coincidencias entre la gran mayoría de las personas con las que hablamos (y el feedback que hemos ido recibiendo de aquellos con los que hemos compartido informalmente nuestros hallazgos iniciales) nos indica que lo que describimos en la nota se aplica más allá de estas 24 entrevistas. Por otra parte, la investigación cu... Ver más

Me gusta · Responder · 1 · 2 años

3. Identificación personal

Eduardo Mernes

05/09/2012 23:13

Era así, tal cual se relata, y me parece que no atenta con la historia de Don Luna sino que es parte de ella, seguramente no la que su familia quiere recordar pero totalmente real. Hoy recordando aquellos mediodías sigo admirando al viejo que, entonado o no, tenía unos huevos de piedra de gritar a los cuatro vientos lo que nadie se animaba en tiempos de dictadura. Repito: excelente relato!

4. Valoración negativa y conversación con respuestas

Diego Pimentel
 Me resulta excesivamente chocante que una Universidad Nacional, en una publicación financiada por la totalidad del pueblo argentino, le brinde anclaje institucional a una publicación sesgada de partidismo. El espacio de las universidades públicas es el espacio de la crítica, no de la alabanza al poder político de turno. Lamentable.

Me gusta · Responder · 41 · 2 años

Paulina Asef
 bla bla bla bla, me resultas chocante vos.

Me gusta · Responder · 10 · 2 años

Diego Pimentel
 Paulina Asef y si usás algo para argumentar en vez de esa actitud tan infantil como poco tolerante de alguien que no piensa como vos?

Me gusta · Responder · 24 · 2 años

Mimi Vanni
 Diego Pimentel te estas quejando de los mismo que vos hiciste Diego..... no fuiste para nada tolerante ni respetuoso con el que escribio esta nota no te parece ???

Me gusta · Responder · 21 · 2 años

Diego Pimentel
 Mimi Vanni Leiste bien? Es la revista de una Universidad Nacional? Veo su logotipo arriba. No critico que alguien en lo personal apoye a quien quiera, mi critica es que esta nota está en una revista que financiamos con nuestros impuestos.

Me gusta · Responder · 8 · 2 años

5. Valoración emotiva

Pablo Catani
 Me hiciste llorar Ignacio.
 Somos muchos los que lloramos y son pocos los que tienen memoria. Quizá porque no la vivieron o fueron anestesiados, no lo sé.
 A seguir trabajando, como siempre. Con las convicciones siempre firmes, con los principios inquebrantables y con el álbum de fotos siempre a mano... para nunca olvidar de dónde venimos y, principalmente, para no desviarnos de hacia dónde queremos ir.
 Un fuerte abrazo.

Me gusta · Responder · 2 años · Editado

Maria Camila Regner
 Me hiciste llorar mucho Ignacio, porque siento lo mismo que vos, que queda mucho por hacer pero que fue un lujo tenerla y haber entendido que esto es historia. Gracias por poner tantos sentimientos inexplicables en palabras!!!

Me gusta · Responder · 2 años

Maria Dolhagaray
 En lo único que coincido es que "muchos no la merecimos", somos argentinos de bien y estamos felices de decirle: ADIO

Me gusta · Responder · 2 años

Alicia Alba Miotto
 Muy conmovedor y real

Me gusta · Responder · 2 años

Luciano Fiszben
 Hermoso, me identifico plenamente con el texto.

Me gusta · Responder · 2 años

Comentarios:

cristina

25/06/2015 10:13

Me emociona. Me enorgullece ser feminista, sobre todo cuando me encuentro con estas mujeres y estas crónicas.

Conversaciones

A continuación, trabajamos el texto *Fuiste un lujo*, publicado por *Anfibia* en diciembre de 2015, que contó con 620 comentarios y suscitó 19 conversaciones que a su vez generaron 114 respuestas. Dichos intercambios fueron en torno a: la publicación de este tipo de textos de parte de la UNSAM (33); sobre el empleo en Argentina (24), odio y defensa de la figura de CFK (26), entre otras.

Una lectura de la actividad relacionada a los comentarios nos permite considerar en particular lo ocurrido con este texto y algunos otros y decir que en las revistas de PLD, los artículos que generan más participaciones son los vinculados a determinados temas especialmente relacionados con la política nacional. Esto implica al menos tener en cuenta el factor ideológico y al componente emocional como rasgos que hacen de la participación una necesidad.

La cantidad de comentarios (620) en *Fuiste un lujo* resulta un dato contundente, y todavía más si se hace un análisis de las conversaciones suscitadas a partir de dichos comentarios, dado que se discuten tópicos clave en torno a la calidad periodística y los posicionamientos ideológicos. Ese texto en particular también tiene elementos puntuales que lo distinguen: fue escrito en un momento

coyuntural clave y a modo de carta, lo que generó además que muchos usuarios de la web de Anfibia escribieran su propia versión o intentaran alcanzar con sus comentarios a la misma Cristina Fernández.

Otros temas como los que abordan fenómenos sociales o policiales (caso Nisman) y tendencias (modos de consumo de noticias hechos por jóvenes por ejemplo) o trabajan figuras populares y/o televisivas como la Mona Giménez y Mirtha Legrand; también suscitaron interés.

Ahora bien. Las 620 participaciones de *Fuiste un lujo*⁹⁸ equivalen a 52 páginas de Word y a una intensa actividad de lectura y escritura. La misma se inició junto con su publicación (diciembre de 2015) para seguir sumando nuevos aportes incluso hasta fin de 2018 inclusive (última fecha de revisión de comentarios para este trabajo). Sin duda, *Fuiste un lujo* invalida cualquier promedio posible entre los comentarios y discusiones que se produjeron en Anfibia y en relación con los de las demás revistas. Como dijimos antes, este ensayo epistolar de Ignacio Molina además responde a un tipo de actualidad muy coyuntural, dado que se publicó pocos días antes de que finalizara del segundo mandato de la presidenta.

Si bien ya hemos clasificado los distintos comentarios y respuestas a conversaciones; los cuales abrieron una ventana a relatos, emociones, identificación ideológica, crítica y valoración tanto positiva como negativa; un detalle llamativo son los textos escritos por algunos lectores. Dichos comentarios fueron incluidos en nuestra clasificación como parte de una “identificación personal” con el texto original, aunque tuvimos en cuenta que las dimensiones de la tipología diseñada no son mutuamente excluyentes y que, por ende, las identificaciones personales se complementan con críticas y/o valoraciones positivas o negativas en textos opinativos como lo son estos comentarios de mayor extensión.

Otro aspecto interesante resulta al observar cómo los redactores de los comentarios comparten sus opiniones sólo después de explicitar trayectorias de vida y experiencias en torno al tema que se está tratando, por lo que el objetivo no es sólo emitir un juicio, sino compartir vivencias propias repitiendo el ejercicio que hace el narrador.

Nos preguntamos si estas intervenciones de los usuarios pueden ser consideradas “marcas” de un tipo de vínculo con el medio, teniendo en cuenta que en general encontramos que hay crónicas, entrevistas y ensayos de la muestra que apelan al contexto político incluso desde la emotividad pero no tienen siquiera un comentario. Así vemos también que el objeto de la interacción está muy relacionado a la agenda mediática generalista y a la coyuntura política, como también al personaje referido y al modo en el que se reconstruyen aspectos de su persona (desde un género con especificidades). Podemos notar además que algunos comentarios se dirigen de forma

⁹⁸<http://www.revistaanfibia.com/ensayo/fuiste-un-lujo/>

directa a CFK pero que en mayoría están redactados para que sean leídos por el autor (escritor); y con menor frecuencia los comentarios fueron destinados a la universidad (UNSAM) y/o la revista.

De esta manera el tono logrado por el género epistolar ubica en un mismo plano al narrador y a los lectores en relación a una situación que se presenta como compartida. Precisamente, una de las finalidades del ensayo-carta parecieran tener que ver con la reafirmación de la mirada personal a partir de historia de vida sin que eso signifique una transformación de la misma mirada. Podría decirse que entonces el espacio asignado para comentarios sirve como lugar donde el texto sigue produciéndose aunque desde otras voces que comparten experiencias.

También detectamos que el autor (Ignacio Molina) hace comentarios en otras notas de la revista y que es lector de la publicación; y que, a diferencia de todos los demás casos, en particular en el informe *El medio ya no es medio ni mensaje*, un moderador anónimo que escribir en nombre del Centro de estudios sobre medios y sociedad (MESO Argentina) responde a la mayoría de los comentarios registrados.

Este último caso, el de MESO, fue la única oportunidad en la que detectamos la gestión institucional de comentarios mediante explicaciones (se brindaron respuestas a cada persona que comentó), y, en otras revistas, fue el autor de los textos quien intervino en algunos comentarios cuando éstos fueron negativos o críticos.

Lo anterior se relaciona a que la figura del community manager no existe como tal en el período estudiado, donde se nota la ausencia de un profesional que gestione comunidades on line y que planifique no sólo un incremento de seguidores sino también su conocimiento desde distintas metodologías posibles. Un detalle es que *Anfibia* utilizó el plugin de Facebook, es decir que el usuario pudo redactar un comentario desde su perfil en esa red social, por lo que su intervención no era anónima, aunque el mismo recurso puso limitaciones a quienes no contaban con una cuenta de Facebook.

A la vez, se ofrecía al final de cada texto publicado una escala de tres posibilidades de valoración, mediante la pregunta: ¿Te gustó la nota?, con las opciones “sí”, “tal vez” y “no”. No obstante, no era posible ver los resultados de esa escala de valoración. Este detalle en el diseño web y otros -confirmados en las entrevistas con editores y colaboradores- nos dan la pauta de que estos medios, al igual que los generalistas, presentan cierta desatención del carácter activo de las audiencias, aunque hay dos elementos que nos permiten pensar que las revistas especializadas tienen una importante ventaja para fortalecer el vínculo comunicativo con sus lectores, ubicándose pasos adelante, en relación con lo que hacen otros medios periodísticos.

Jose Matias Bascaran

Estimado Ignacio:

Me tomo el atrevimiento de escribirle motivado por su artículo "Fuiste un lujo" que vi publicado en esta gran creación que es Anfibia. No soy escritor ni periodista, por lo que le pido disculpas por los errores de la siguiente carta. Nunca tuve la oportunidad de conocer a Cristina, vivo en un pueblo de la pcia de Buenos Aires y no suele ser visitado por autoridades de ese nivel, ni cuando son simples diputados o senadores.

La década de los 90s me tomó terminando la secundaria y haciendo mis primeros pasos en la universidad y, como muchos (pero no tantos) estuve en contra de las políticas neoliberales de aquella época. De familia radical alfonsinista desde chico tuve siempre claro cuál era el rol del Estado como forjadora de oportunidades. Y como muchos, nos sentimos totalmente decepcionados del gobierno de la Alianza en el que el sentimiento de desazón y descreimiento en la clase política fue tan fuerte que perdura hasta el día de hoy, momentos antes de un traspaso presidencial.

Néstor, como nos pasaba a la gran mayoría, era un desconocido en el 2003 y ante el posible balotaje sentí un gran alivio que no se llevara a cabo porque tendría que decidirme entre lo que siempre había estado enfrentado y ese gobernador del sur que, me aseguraban amigos de Santa Cruz, había construido su poder en base a la caja, el control de los medios y de la justicia.

Con ese escepticismo comencé a ver el gobierno de Néstor, por un lado veía con agrado el acercamiento a las Madres y Abuelas y por el otro lado comenzaban a surgir cada vez más las sospechas de un gobierno corrupto.

Definirme como no kirchnerista "y valorar todas tus medidas positivas que ya conocemos (la Asignación Universal por Hijo, la estatización de las jubilaciones, los trenes, YPF y Aerolíneas, el matrimonio igualitario, la derogación de la ley de flexibilización laboral, el fortalecimiento de la industria nacional, la derogación de la ley de obediencia debida y la atmósfera que permitió dictar la inconstitucionalidad de los indultos, el plan Procrear, las millones de personas que pudieron jubilarse sin haber hecho aportes, el intento de la 125, y un largo etcétera) no me convierte en un fanático ni me ciega a la posibilidad de ver los logros de este gobierno. Y más allá de estas cosas muy importantes, algunas discutidas, otras realizadas con éxito y otras llevadas adelante con una inoperancia, tozudez e ignorancia me lleva a pensar que su gobierno no fue mejor que los anteriores.

Cristina no fue un hecho fuera de lo ordinario, Cristina es una más de todas las personas en este país llena de odio, en sus discursos, en sus cadenas nacionales, en el uso de las redes sociales, en sus militantes y en sus funcionarios. No añoro y nunca consideré que los golpes de Estado y las dictaduras militares fueran la solución. Como ud no considero que "las negras se embarazan por los planes", ni que es un gobierno para los "choripaneros". No soy necio para ver todo el panorama pero no me gusta que me traten de ello por poner en la balanza otras cosas que la terminan inclinando para el otro lado.

Cristina no ha sido una dictadora, pero ha tenido y tiene actitudes dictatoriales. Sólo vale recordar el "nos votó el 54% y si no te gusta hacé un partido y ganá las elecciones" encierra un sentimiento de desprecio y de exclusión justamente en un gobierno que siempre se jactó de ser lo opuesto.

El kirchnerismo se ha creído ser dueña de todo y el "vamos por todo" no ha sido sólo una amenaza, sino una realidad. Dueña del Estado, en donde la militancia es razón suficiente para hacer uso de sus recursos, de sus herramientas y de sus instituciones con el fin de enriquecerse, comprar voluntades y atornillarse al poder.

Lamentablemente no podemos saber hoy si hay un 25% de pobreza, porque no se mide, porque es "estigmatizante". Tampoco sabemos cuánto es la inflación. Tampoco sabemos qué paso con el fiscal que la acusó, tampoco sabemos de dónde salió su fortuna, tampoco sabemos un montón de cosas. Pero si sabemos, o intuimos muchas otras más.

Mañana deja de ser presidente una persona que enfrentó muchas cosas. Pero también se va una personas que nunca construyó puentes, que hizo de la confrontación una forma de vida y esa forma se esparció hasta en los lugares más insólitos. Las cosas no deben valorarse como cosa en sí mismo sino también por cómo se hacen.

Somos muchos en este país que no queremos ser nombrados más como cipayos y golpistas. Porque sabe qué? Porque cuando ella se dedicaba a vender YPF yregonaban que el turco era el mejor presidente del mundo... yo ya estaba del otro lado.

Perdón Ignacio. No le creo. No fue un lujo.

Cordialmente

Comentarios más extensos en Fuiste un lujo (2015)

Mary Buzarquis

Me hiciste llorar, coincido plenamente... Tengo 49 años, 5 hijos, en espera de mi primer nieta. El sábado recibo el diploma de finalización de la escuela secundaria, algo que tenía pendiente... Vivir lo que pasó en 2001 con un prominente vientre, teniendo trabajo y no poder llegar ni siquiera al 5, buscando en truques como servir algo en la mesa, rebuscándomelas, mientras mi marido tenía que caminar como 40 cuadras para llegar al trabajo porque ni para el boleto llegaba, habían otras necesidades. El fiado nos consumía, en 2002, nació mi 5ª hija, ella me recuerda toda aquella lucha, porque mal que mal, le puedo dar lo que no pudimos a sus hermanos. Ahí comprendí que no era de clase media, era de clase obrera, cuando Néstor asumió, también lo miré de reojo, con desconfianza. Hoy soy cuadro político, no de ningún partido, pero sí pateo el barrio, creo que el error estuvo en no formar políticamente a los jóvenes, dotarlos de las herramientas necesarias para comprender que los gobiernos populares no van en su contra sino a favor. Que les abra la cabeza para comprender lo que es la distribución de las riquezas, la propiedad común y que analicen otro tipo de información, no solo la de los medios hegemónicos. Creo que la burguesía, en este país, no va a perdonar y me duele ver la división que se ha suscitado, todo se va viendo con la distorsión que ellos quieren que se vea. Comenzar un gobierno desde el capricho y el odio, no va a ser nada bueno. Más allá de cómo lo administren, que ya se está viendo las contradicciones, ver cómo se hizo un abuso del poder no heredado aún, acudiendo al poder judicial me arroja la muestra de que no va a ser fácil... De verdad quisiera un país donde entendamos qué es la unidad nacional y no pedirla como cliché de propaganda partidaria. Muchas gracias... Excelente carta, me hagoeco de ella.

Me gusta · Responder · 5 · 2 años

Ricardo Ascoeta

Ignacio: a mí me pasa algo parecido a lo que te sucedió a vos. Yo no los conocía a los Kirchner, hasta aquel 25 de mayo de 2003. Y tampoco, por esa razón no lo voté a Néstor. En el desarrollo de su gobierno, me di cuenta que me representaba y lo comencé a seguir.

Creo que hubo algunos desaciertos en algunos actos de gobierno, como la no remoción de algunos miembros del gabinete y del gobierno, que estaban cuestionados por la sociedad. Y aquí es donde me entra una duda tremenda:

¿ Como distinguir entre la veracidad de una noticia y una operación de prensa como tantas que le hicieron a este gobierno durante tantos años ? Yo no podía separar porque no tengo capacidad para un análisis político profundo como lo haces vos. Por eso aposté y sigo apostando a lo hecho por Cristina a pesar de todo el espectro adversario. Quiero decir que si me pongo a mensurar los aciertos con los errores, el fiel de la balanza se me inclina hacia los aciertos.

Por eso coincido con vos, que Cristina fué un lujo, algo que no creo consigamos por muchos años.

Yo tengo casi 70 años. Y viví épocas de la primera y segunda presidencia de Perón y de la Libertadora. Y te puedo contar que desde que tengo uso de razón, éste fué el gobierno mas inclusivo, mas osado, mas renovador, y que nos dió un estado de bienestar muy alto durante los años de su mandato porque vengo de una historia de golpes de estado y democracia en forma alternativa. Cristina y Néstor me volvieron a hacer creer en la política, de la que ya había perdido las esperanzas como el ámbito de cambiar la historia de un país. El neoliberalismo nos había lavado tanto el cerebro con

"este modelo es para siempre", que dejé de pensar en la posibilidad del cambio de ese modelo. Y lo preocupante, para mí, es que a mis años (de edad), no voy ver volver a Cristina (u otras Cristinas) que me hagan vivir las sensaciones que pasé desde el 2003.

Ojalá me equivoque. Y surjan miles de Cristinas (o ella misma) para tener de nuevo a ese país de la inclusión, de los derechos humanos, porque no quiero retroceder a la alternancia democracia-golpes de estado, ni tampoco a la década del 90, donde yo, como ingeniero, tuve que abandonar mi carrera como tantos y dedicarme a otra cosa.

Me gusta · Responder · 258 · 2 años

Finalmente y retomando la idea del vínculo de las revistas con sus lectores, una de las potencialidades que descubrimos es, como dijimos, la construcción de un temario diverso y más “cercano”, a lo que se suma la capacidad de reflexionar y modificar sus productos comunicacionales ya que los proyectos mismos se constituyen como ejercicios colectivos de prueba y de error.

Otro aspecto positivo es el hecho de que los mismos editores problematizan las métricas y dudan de ellas, complementando su lectura con recomendaciones cara a cara o con las interacciones que se producen en los talleres. Alfredo Hoffman, periodista y editor de *Telaraña Digital*, asegura que no es fácil medir a los seguidores del periodismo literario. Ante eso da cuenta de que sus lectores más bien están comprometidos con temáticas -como las que trabaja su revista, es decir de Derechos Humanos, género, etcétera- por lo que quieren participar y colaborar aportando datos.

Precisamente, el testimonio de Hoffman se vuelve coincidente con las ideas de Boynton (2009) quien sugiere que las métricas (cantidad de visitas, tiempo de lectura, entre otras) poco pueden decir sobre los lectores de la crónica investigativa, un texto de larga extensión que ofrece la posibilidad de vivir la experiencia en relación con un contexto histórico.

En ese sentido, es clave pensar esta labor periodística que se contrapone a la noticia estandarizada teniendo en cuenta valores y prácticas heredadas, pero también recuperando la capacidad para renovar las preguntas sobre sí misma. Y en lo que hace a los productos comunicacionales, a la diferencia sustancial la hacen las historias que encuentran su valor en ser más humanas.

CAPÍTULO 7. Reintegración conceptual

Un primer ejercicio para la reintegración conceptual y codificación selectiva consiste en escribir un guion tomando como base las relaciones posibles entre categorías principales además de las anotaciones de investigación. Para eso, también son útiles los argumentos que emergen de las entrevistas y la observación de diagramas (vistas de red en Atlas.ti).

En este caso seleccionamos dos categorías como principales: la de PLD y la de lector, dado que notamos relaciones con todas las demás categorías y subcategorías. En ese sentido, las vistas de coocurrencias y de red significan una aproximación primera mientras que el seguimiento de la categoría lector aparece en una relación fuerte con la de PLD y comprueba su valor en la práctica que quisimos dimensionar. A la vez, la misma categoría se articula con las estrategias de escritura y criterios editoriales, hace referencia al temario pero también al diseño, a la interactividad (si se habilitan comentarios, gestión de comunidades), multimedialidad (uso de fotografía, ilustración, videos) e hipertextualidad (con modalidades de archivo o documental), etcétera. Luego, se elaboró el guion que se pone a disposición a continuación, sumando otras relaciones intervinientes como tendencias contextuales, causas, condiciones, y estrategias (transformaciones) desarrolladas por el PLD.

Sector de la vista de red que muestra las relaciones entre la categoría lector y otras.

Guion y esquema de reintegración conceptual

La principal premisa con la que trabajamos indica que los medios, por distintos factores entre los que contamos una crisis de la profesión y transformaciones en los consumos culturales, entre otras causas, no tienen un conocimiento acabado de sus audiencias. Si nos centramos en el caso de las revistas digitales de periodismo literario, la tendencia las interpela por igual, aunque como señalamos en el capítulo precedente, estos proyectos han sabido construir marca a partir de establecer una clara diferenciación con los medios generalistas y además cuentan con cualidades que las acercan un poco más a la posibilidad de obtener ese conocimiento.

Para poder detallar esas propiedades, nos abocamos a trabajar la producción como una instancia donde intervienen valores, ideas y representaciones de la práctica periodística, de los productos del periodismo en general y sobre el deber ser de estos emprendimientos.

Encontramos que, los contextos explican los sentidos de la práctica periodística (PLD) al contrastar con la producción generalista. Por ejemplo, la pérdida de credibilidad del lector en otro tipo de medios impulsó un cambio cultural que pone bajo sospecha a todo el periodismo en general y las revistas han sabido aprovecharlo profundizando sus investigaciones, logrando calidad con muchos menos recursos.

Esa distinción, no se da sólo con calidad periodística sino también desde el tipo de género empleado. La crónica permite que el narrador revele su posición cognitiva y emocional frente a lo

que cuenta compartiendo su propia transformación ante los ojos de los lectores. De esa forma brinda también claves de interpretación, las que resultan mucho más atractivas si se refieren a temas controversiales, coyunturales de agenda o con personajes populares o reconocidos.

Así mientras que la institución “noticia” pareciera reproducirse cíclicamente y cada vez más lejos de los intereses de la recepción, la crónica (y otros subgéneros) se presentan como una alternativa posible, en un mar de ofertas informativas y culturales disponibles.

En lo que hace a los sentidos de la práctica periodística, el PLD dedica tiempo y recursos a la construcción de un temario de contenido propio que se pone en valor a partir de los diálogos posibles con otras producciones mediáticas, pero que también tiene riqueza en sí mismo. El temario es la manifestación político transformadora de este tipo de periodismo más que cualquier otra cualidad desarrollada hasta el momento. Esos temas, como ya hemos señalado, se acercan más a intereses vinculados a las agendas en redes sociales, y a aspectos del acontecer social que no son profundizados o tratados de igual forma por los medios generalistas.

La construcción del producto periodístico demanda una serie de roles y de actividades que se concentran mayormente en la labor de los editores, quienes conforman mesas chicas para llevar a cabo diversidad de tareas además de las de edición, entre las que se cuenta la capacidad de gestionar nuevos textos para cada publicación. Esa construcción, demanda a su vez habilidades que van construyendo criterios editoriales que se conjugan con valores heredados de la crónica tradicional. En lo que refiere a la escritura y al reporteo, demandan entrenamiento y mucha dedicación. En particular el uso de herramientas de la literatura exige estrategias tales como el uso de la autorreferencialidad (primera persona) la presentación de conflictos o tramas, introducción de personajes, diálogos y escenas y el uso de fuentes, priorizando las profesionales y testimoniales, entre otras.

Escribir desde la primera persona pone al narrador frente a los hechos poniendo en juego lo que conoce, lo que percibe y siente y todo lo que esto implica como proceso periodístico performativo.

También encontramos que en las estrategias de fortalecimiento de los proyectos los productos fueron cambiando. Por un lado, hay un desplazamiento de la crónica hacia otros tipos de textos periodísticos más investigativos o ensayísticos alejándose de sus búsquedas barrocas o poéticas más cercanas a periodismos del pasado y a las compilaciones de papel.

Los periodistas del PLD imaginan un lector joven, que puede estar entrenado en la lectura o no, pero que indefectiblemente quiere conocer otras versiones de los temas que le importan desde otras voces y tratamientos. A ese lector le gusta el estilo narrativo, llegando a las páginas no sólo a través de textos más coyunturales o cercanos a temas de actualidad prolongada, sino también

porque disfruta de leer grandes desarrollos o puntos de vista a partir de una crónica, de una entrevista o de un ensayo. Tanto editores como colaboradores saben que las redes sociales son un umbral de interés vinculado a sus trabajos. No obstante, en el período estudiado las revistas no contaban con estrategias colectivas al respecto –más allá de que individualmente podían o no estar atentos a lo que ocurría en esos entornos-.

Aquello que se hereda de la crónica tradicional también vuelve a jugar un rol importante cuando se complementan anuarios y ediciones de papel con el trabajo digital. Esto es tras la necesidad de un archivo, pero también de alcanzar otros circuitos de difusión y distintos públicos o de atesorar un conjunto de crónicas constituyéndolas como libro. Es interesante que las crónicas que se publican en papel son las mismas que fueron escritas para el ámbito digital. En ese sentido, el PLD no sigue los criterios de escritura del periodismo digital, sino que explora las posibilidades narrativas y estéticas de un soporte que ya no tiene limitaciones espaciales. En el PDL los textos (que son cada vez más secuenciales) tienen la extensión que demanda una buena historia.

Esto último se relaciona estrechamente a un tipo de lector activo que no sólo quiere conocer o informarse sino comprender. Algunas veces, la participación de los destinatarios queda más clara y da cuenta de un componente ideológico y emotivo que se constituyen como atractivo para la lectura y el diálogo.

Finalmente, no está todo dicho para estas publicaciones: ser diferente no implica lograr sobrevivir. En ese sentido, no hay recetas para el financiamiento sino ideas que se exploran y se combinan con apoyos de otras organizaciones como las universidades, con la venta o canje de pequeñas publicidades, con el desarrollo de talleres de formación de cronistas y otras propuestas. Quienes lo logran encuentran modos para mejorar las condiciones en las que se realizan las colaboraciones y al diversificar recursos exploran también, por ejemplo, distintas modalidades del lenguaje multimedial.

De esta manera y con otros aspectos ya trabajados en el análisis, reafirmamos desde el modesto modelo teórico que intentamos construir elemento a elemento, y a modo de lego, la importancia de la categoría lector para pensar la producción. Creemos que devolver esa jerarquía a las representaciones de la otredad, del otro, lo empoderan y hacen justicia en el marco de las investigaciones del periodismo, y en este punto nos interesan tanto las nuevas preguntas que nos hacemos como las respuestas, que finalmente, resultan siempre epocales.

En tanto, a la hora de pensar analogías, consideramos que esa representación (la de lector) es tan relevante como el criterio de noticiabilidad en el Newsmaking y otros estudios de la producción periodística.

Finalmente, listamos los elementos que consideramos clave para pensar publicaciones digitales de periodismo literario, incluyendo:

1) **Contextos** (histórico-político, grado de reconocimiento e institucionalización del género y del producto cultural) 2) **cultura profesional** (tendencias del periodismo, tipos de periodismo, tipos de medios de comunicación) 3) **productos comunicacionales** (características según los casos y soportes) 4) **Estrategias de escritura y posibles modos de lectura** (diseño responsivo, uso de fotografías, subtítulos, creación de escenas en los textos, secuencialidad) 5) **Estructura, organización y criterios editoriales** (roles, tareas, modos de trabajo y rutinas, espacios de trabajo, naturaleza de los vínculos del staff, toma de decisiones) 6) **Criterios de reporteo y escritura** (tiempos de reporteo, decisiones al momento de cubrir hechos y de escribirlos; géneros, autorreferencialidad -primera persona-, uso de citas, diálogos y fuentes -como modos de introducción de voces de terceros-, escenas, personajes, tramas y conflictos) 7) **financiamiento** (diversas estrategias en relación con el temario -gestión comunicacional-, y recursos para alcanzar al lector) 8) **temario** (temas predominantes en los abordajes del medio, espectro, secciones, modo de establecimiento de la agenda y tipo de actualidad, frecuencia de publicación) y 9) **Lector** (en tanto representación desde la producción y en relación con las anteriores).

Esquema de relaciones, PLD y lector.

CAPÍTULO 8. Conclusiones

En el presente trabajo nos propusimos conocer los rasgos principales del periodismo literario digital, es decir, del que emplea herramientas de la literatura para narrar historias y se expresa en revistas especializadas en Argentina. Además, quisimos conocer las estrategias y representaciones

en torno a la figura del lector. Abordamos el período 2012-2016.

En principio, el contexto en el que formulamos estos interrogantes hace referencia a una crisis de credibilidad de los modelos tradicionales del periodismo y a distancias significativas entre los medios y sus lectores, alimentada por la posibilidad de acceder a la información desde múltiples plataformas y posibilidades, pero también por una racionalidad que pone en evidencia una divergencia de intereses.

No interesó aquí hacer una crítica exhaustiva de los medios en general sino considerar los contextos recreados por los entrevistados como relacionados a los motivos fundacionales de las publicaciones estudiadas, aunque también las condiciones contextuales se articulan con otros aspectos como el temario y la calidad periodística.

Como característica introductoria hicimos mención del mapa de medios culturales y periodísticos que trazamos, como producto de una búsqueda inicial, para dar cuenta de que estas publicaciones representan una cantidad que fluctúa porque de manera constante emergen nuevas y suspenden su publicación otras. A este mapa se suma que, de las nueve revistas analizadas, dos dejaron de publicarse (*Deodoro*, *Big Sur*) y que una que se incluyó en este grupo volvió a hacerlo en 2018 después de más de un año sin actualizar (*Telaraña Digital*)⁹⁹.

Un segundo rasgo tiene que ver con condiciones transversales: dijimos aquí que los medios en general no presentan un conocimiento acabado de sus lectores en el período estudiado; aunque proponemos que el género magazine, las estructuras de trabajo y cierta flexibilidad para “la prueba y error”, la mirada crítica a los tipos de periodismo que se ejercen, el empleo de géneros narrativos como formas de conocimiento y estéticas específicas que colaboran con la construcción de marca, el temario, el empleo de fuentes, la frecuencia de publicación, la extensión de los textos y la administración de recursos de escritura se conjugan para hacer medios que presentan potencialidades para subsanar al menos en parte la situación general.

En lo que hace al género magazine, detectamos una “construcción de marca” que parte de la crónica y alcanza otros tipos de periodismo, lo que produjo un desplazamiento del género hacia otras formas narrativas y temas abordados. Tradicionalmente, la crónica de papel había estado interesada en narrar la ciudad (en todos sus aspectos) y con ella la modernidad. La crónica digital ahora presenta también una mirada crítica que sutura los vacíos informativos generales, complejizando lo noticiable. Estos cambios implican marcas tales como el uso de fuentes diversas e incluso estadísticas en los informes narrativos, uso estratégico de la fotografía y de la secuencialidad, el tratamiento de temas que importan a movimientos sociales.

⁹⁹Resultó llamativo que al momento de cerrar este trabajo nos enteramos del cese de actualizaciones de revistas icónicas del periodismo narrativo y la literatura como *La mujer de mi vida* y *Etiqueta Negra*.

Así encontramos que en la mayoría de los casos el macrogénero narrativo tiene regularidades que apuntan a universalizar las experiencias narradas, pero también presenta otra dimensión instituyente en el cruce entre géneros (predomina una crónica más ensayística, investigativa, relatos de la vida cotidiana) e incorpora recursos del periodismo de investigación, interpretativo, o etnográfico. Puede leerse de estas transformaciones que lo que interesa a un medio de segunda lectura no es solo informar, sino más que nada dar tratamiento a historias con los recursos (ordenadores) de los subgéneros narrativos.

De la entrevista se destaca que pone en diálogo y que deja que el protagonista sea el entrevistado, pero no siempre desde aquello que resulta políticamente correcto por lo que se vuelve también una propuesta provocadora. El perfil, permite conocer nuevos datos y aspectos de personalidades ya conocidas u ofrece figuras reconocidas en lo local y desconocidas en otras órbitas, es decir que conjuga diferentes tipos de proximidades. El ensayo en tanto, guía la reflexión en torno a temas públicos que afectan muchas veces el orden de lo privado, pero sin limitar sus recursos retóricos, apelando incluso a la poesía o al género epistolar.

Al respecto, la cronista María Moreno critica cierto estilo instrumental y “denuncista” de la nueva crónica argentina –e insta a proyectos como *Anfibia*-, a volverse un tanto más barrocos apelando al juego y goce del lenguaje, proponiendo enumeraciones caóticas o ejercicios poéticos más cercanos a la herencia de Pedro Lemebel. Se vuelve oportuno también decir en virtud de esto que, mientras que algunos medios se tornaron más periodísticos, otros siguen sosteniendo criterios de la crónica tradicional, aunque no como único recurso sino como parte de su construcción de estilo.

Precisamente gracias a las críticas, queda claro que los géneros narrativos emplean recursos de la literatura pero que en este tiempo son más que nunca periodismo, porque se deben a los contextos que denuncian. Los entrevistados hicieron notar también que la crónica y otros subgéneros tienen calidad en el periodismo generalista (*Mundos Íntimos de Clarín* y *ADN*, del diario *La Nación*). No obstante, explican que esas crónicas se pierden en un mar de información, lo que nos permite hablar de la ventaja del magazine, que combina tratamiento en profundidad con una puesta en página que colabora con la jerarquización de los textos y brinda más tiempo para su gestión en redes sociales.

Observamos asimismo que la periodicidad del género magazine resulta pertinente para los tiempos de trabajo, aunque no explora las tendencias del streaming o la transmisión en vivo (actualidad sincrónica), sino que se constituye como un sistema de textos más explicativos.

Las frecuencias de publicación -en el período- son el fruto del ejercicio de prueba y error, y pasaron de ser semanales a quincenales o mensuales, aunque no hay criterios rígidos ni compartidos por las revistas. Esto es porque la frecuencia de publicación depende de los recursos y

colaboraciones y muchas veces se asocia al tiempo de reporteo que demandan las coberturas. Si bien hubo una tendencia general a publicar temas de actualidad permanente y prolongada, se detectó también que con el paso del tiempo se consolida un interés especial tanto de editores como de lectores por temas más cercanos a hechos recientes, dado que los titulares que se acercan –en ese sentido- a las propuestas de agendas generalistas o de redes sociales tienen gran caudal de lectura.

Por otra parte, resulta imprescindible señalar que el PLD es una práctica que no se define en contraposición al periodismo del que es herencia, esto es, el narrativo o literario publicado en libros y revistas, ya que incluso conserva técnicas, valoraciones y sentidos, y complementa los soportes como una estrategia más de construcción de marca. Tampoco encuentra sentido a su práctica al tratar de diferenciarse del periodismo literario digital publicado en secciones de diarios generalistas.

En cambio, el PLD se define en contraste con los modos de brindar información del periodismo generalista donde muchos de los protagonistas de estas publicaciones trabajan o trabajaron en el pasado (*Perfil*, *La Gaceta*, *La Capital*, etcétera) estableciendo lazos de cooperación con otros periodistas y reporteros gráficos.

Hay en los textos del PLD elementos del periodismo literario (la necesidad de narrar los territorios como también de denunciar sus problemáticas); a lo que se suma una cuota de periodismo etnográfico (donde el periodista va a los lugares, permanece y cuenta lo que le ocurre en relación con el conflicto planteado); periodismo de investigación (que aporta el uso de múltiples fuentes en el marco de una historia que también tiene personajes, escenas y diálogos); periodismo experiencial o Gonzo, (donde la historia consiste en poner el cuerpo a las situaciones y compartir lo vivido), y periodismo interpretativo (una investigación acerca no sólo de los hechos sino de lo que los medios dijeron acerca de esos hechos, para ofrecer un posible ordenamiento de la información con la que cuenta el lector).

De este modo, el PLD se autoproclama como periodismo de segunda lectura que –como señalamos- publica en la web pero que además vuelve ocasionalmente al papel (aunque con anuarios, ediciones especiales, libros) y conjuga ambas posibilidades produciendo una resignificación: hay nostalgia por el papel y goce en la posibilidad de atesorar el producto cultural como se hace con cualquier otro libro o disco de vinilo.

Como otro aspecto característico nos referimos también a cómo se organizan los proyectos. Así los grupos de trabajo que conforman la estructura organizativa fundacional se forman a partir de afinidades vinculadas a relaciones previas entre colegas, de noviazgo o de amistad. Luego, se establecen acuerdos a partir de criterios compartidos tanto en torno a la profesión y calidad periodística y se buscan más colaboradores (se tienen en cuenta para eso las trayectorias de cronistas y distinciones o formación brindada por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) entre otras experiencias).

Son equipos que funcionan con “mesas chicas” de cinco o seis periodistas quienes comparten lógicas y van creciendo en el intercambio con otros colegas y afines: escritores, diseñadores, fotógrafos, e ilustradores. Observamos además que un organigrama que los represente podría graficarse según roles más que por jerarquías: editor, colaborador, editor de fotografía, entre otros. Esto es a pesar de que las estructuras no son absolutamente horizontales, dado que la responsabilidad última es de los creadores de los proyectos y son ellos quienes toman las decisiones.

A la vez, los espacios de trabajo no son ya las redacciones tradicionales de las que muchos medios de este tipo carecen, sino que hay encuentros en lugares donde se realizan múltiples actividades de formación, escritura, tareas administrativas y otras, complementando con lugares informales y con la virtualización de los vínculos para dar seguimiento a las coberturas y realizar las entregas. Esto último brinda libertad a los colaboradores quienes también realizan contactos con sus entrevistados vía redes sociales, chat, WhatsApp o correo electrónico.

Estos modos de relación dan flexibilidad a la labor del colaborador -que es una tarea individual o a veces coordinada con un acompañante fotógrafo-, dado que el rol implica ser freelancer y complementar el trabajo con otros horarios en redacciones, otros medios de comunicación u otros rubros.

Mientras tanto, el pequeño grupo de editores edita, escribe, solicita textos a otros periodistas, organiza eventos u otras estrategias de financiamiento, observa métricas y reacciones en redes sociales, y a veces también las gestiona. El pedido de textos a colaboradores es una tarea que se realiza de manera frecuente, y que se ve facilitado cuando la marca de la revista es reconocida. Dicha afluencia de material contribuye a dar más tiempo de reporteo para quienes se encuentran escribiendo textos, dado que los plazos de entrega suelen ser variables y negociables.

Otro rasgo destacable de los proyectos son ciertas marchas y contramarchas para lograr solvencia económica, lo que repercute directamente en el pago a colaboradores y en empleo de recursos multimediales. Hay un compromiso que está ligado al ejercicio de la profesión y a la necesidad de escribir determinados géneros, por lo que muchos periodistas comparten una cercanía ideológica en términos de valores periodísticos o función social de este tipo de medios y trabajan sin cobrar. Si bien hay casos en los que las colaboraciones son pagadas (*Anfibia*, *Ajo*, en su momento *Telaraña o Big sur*) los montos de la mayoría no se equiparan a las retribuciones que un periodista logra en los medios tradicionales.

De esta forma, el sostenimiento mismo de los proyectos ha exigido múltiples modos de financiamiento, contando apoyos de otras organizaciones tales como las universidades, la venta de publicidad, los talleres formativos, la organización de eventos, la venta de anuarios, la obtención de premios y el acompañamiento de organismos internacionales, además de las suscripciones. De las

entrevistas resulta que no hay fórmulas que sirvan para todos los proyectos, sino combinaciones que “dan más o menos aire”.

Por otra parte, como modo de proponer conocimiento sobre el mundo circundante y como instrumento de construcción de estilo, el temario de las revistas incluye un abordaje crítico y muchas veces de denuncia de los excesos del poder (político, empresarial, militar-policial, sindical, eclesiástico, patriarcal) pero también ofrece historias de identidades y diversidad como también ecología y medicina alternativa, sin dejar de considerar otras que se suponen comunes en el ámbito de la vida cotidiana, entre otras. Precisamente, creemos que estas temáticas ponen en relación y se acercan más a un lector apegado a la historia¹⁰⁰ que tiene expectativas no sólo interpretativas sino proximidades identitarias, ideológicas y emotivas.

Así al hablar de la naturaleza del temario nos referimos a acuerdos colectivos donde los editores pueden pedir determinadas coberturas, pero los colaboradores también ofrecen el tratamiento de distintos temas de interés. Los criterios de noticiabilidad en este caso son más bien la dimensión práctica de los valores fundacionales al interior de estos proyectos. A veces parte de estos valores se socializan a través del manual de estilo y otras veces se aprenden como producto de la interacción presencial y virtualizada, pero también como hábito de escritura y de lectura.

En esta construcción de sentido en torno al producto, aparece también el lector, enunciado en los manuales o propuesto como una figura que tiene determinados intereses y expectativas que se deben cubrir. De acuerdo a nuestro abordaje, podemos decir que el lector se relaciona tanto con el temario como con los recursos de escritura y otros aspectos que derivan de esa relación tales como el empleo de fuentes.

Por todo esto, el temario es una puesta en diálogo tanto con los contextos profesional, histórico-social como también con las ideas que se tienen de quienes prefieren este tipo de productos comunicacionales. La agenda de estos medios prioriza el contenido propio, cercano, y su modo de presentación responde a códigos compartidos con quienes desconfían incluso de sus medios predilectos¹⁰¹, quienes disfrutaban de textos que tienen una posición ideológica expuesta, que

¹⁰⁰Revista Anfibia publicó, en conjunto con Nieman Lab, la reflexión de C. W. Anderson y Pablo J. Boczkowski sobre las últimas dos décadas de estudios sobre noticias y el futuro del periodismo. El informe de Boczkowski (2016) indicó que lejos de ser desapasionado, el lector realiza una selección estratégica de las noticias que lee, tiene una afinidad ideológica que influye en dicha selección, filtra información -puede dejar de seguir a los contactos (o medios) en redes- y busca múltiples perspectivas sobre los temas que presentan sus medios generalistas preferidos. A la vez, esa racionalidad se complementa con “una dimensión afectiva, fundamental en asuntos de interpretación emocional y apego subjetivo”. De acuerdo al autor, a algunas personas las emociones les ayudaron a distanciarse de la información de actualidad y centrarse en posibilidades interpretativas. Disponible en <https://cutt.ly/Woc4Fk>

¹⁰¹En una entrevista en la que Anfibia publicó un fragmento de *Pensar el Periodismo* (2016) de Sebastián Lacunza; Julio Blanck (*Clarín*) señalaba que en el caso argentino, la desconfianza era el triunfo cultural del kirchnerismo sobre el periodismo profesional. Una versión más cercana a la gestión de la LSCA propone a la ley como disparador de ese cambio cultural en las audiencias. Blanck añadió -en el mismo contexto- que el diario generalista en el que se desempeñó no tenía “tiempo, ni método, ni recursos, ni siquiera el objetivo de contar la verdad. Nuestro objetivo es lo verosímil. El verosímil se puede trabajar aun en el ritmo del *online*”. Disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/en->

apelan a la emotividad o empatía pero formulada desde la primera persona (autorreferencialidad) y que también hacen referencia al presente y pasado compartidos en clave histórica.

Consideramos entonces que el temario es una categoría que permite indagar cómo se ajusta una propuesta a las reacciones, intereses y competencias de los destinatarios, siendo más dialógica que las demás, aunque no se constituye como única posibilidad de conocimiento.

Por ejemplo, dentro de los recursos de escritura para la composición de estos temarios, el uso de fuentes pone en relieve la diferencia entre el ejercicio periodístico de estos medios y el de los generalistas -de los que buscan diferenciarse-. Tras profundizar en uno de los casos estudiados, encontramos que el promedio de empleo de fuentes es de 3,2 mientras que la tendencia tanto en la prensa generalista digital como en los noticieros televisivos es de poco más de una fuente por nota. En este punto, se pone de manifiesto la distancia entre los intereses del periodismo generalista -que emplea más que nada voces oficiales- y el de los lectores, quienes mayormente no son protagonistas de las noticias a menos que se trate de secciones policiales o información general vinculada a aspectos sociales conflictivos. En el caso de las revistas estudiadas, las fuentes profesionales, documentales y expertas emergen de los textos en primer orden al igual que las testimoniales, que permiten pensar en otros modos de presentar a los ciudadanos.

También entre los recursos de escritura encontramos a la extensión como una característica distintiva de las revistas. Las que cuentan con artículos más extensos en virtud del período estudiado son *Anfibia*, *Tucumán Zeta* y *Ajo*. En estos casos los géneros empleados se entrecruzan con los temas trabajados y también explican estas diferencias, dado que *Anfibia* se aboca en general a una crónica ensayística muy asociada a fenómenos sociales y al conocimiento académico, *Tucumán Zeta* presenta varias crónicas relacionadas al contenido ultralocal, con una fuerte impronta en figuras y personajes del territorio que da sentido a las historias, mientras que *Ajo* ofrece crónicas, pero también informes de investigación de calidad y largo aliento. Mientras que *Anfibia* publicó textos con una extensión que equivale a 16 páginas¹⁰², fue seguida por *Tucumán Zeta* y *Ajo* que propusieron otros de hasta 14.

En una oportunidad, hallamos como único caso la publicación de crónicas por entregas -es decir que un texto que pudo haber sido mucho más largo se fue publicando por partes de forma periódica para contar una historia que tuvo continuidad (*Big Sur*)-. Sin embargo, en la mayoría del

[clarin-se-angosto-la-posibilidad-pensar-distinto/](#)

¹⁰²Es el equivalente en Word, tamaño 12, interlineado 1.5 de la tipografía Times New Roman.

corpus, las separaciones y la fotografía se conjugan con la creación de escenas como principales estrategias de escritura y diseño para dotar de secuencialidad y de aire a los textos de largo aliento. También hay criterios para no “atiborrar” los textos con demasiada cantidad de fotos u otros distractores.

Con los mismos parámetros, se considera que el video no puede emplearse para contar la historia porque distrae a los lectores y éstos elegirían enterarse por medio del video evitando ir al texto. En consecuencia, los productos audiovisuales se emplean como complemento o forma de promoción de marca. Solo detectamos un caso experimental como lo fue el documental web donde sí se buscó dotar al video de una función narrativa principal, aunque se complementó con una crónica (*crossmedia*). En esta oportunidad la experiencia no llega a ser transmedia dado que falta la participación de los fans o seguidores como productores de contenido. No obstante, como ya dijimos, la revista que publicó el documental, es decir, *Anfibia*, es la publicación que más se interesa por explorar y diversificar lenguajes y emplear recursos multimedia en el período estudiado.

Estrechamente relacionadas con la posibilidad de brindar pausas de lectura y presentadas como atractivo (diseño), las fotografías más utilizadas tienen tamaño mediano las cuales resultan ideales para el formato responsivo, ocupando la pantalla a lo ancho, de un margen al otro en línea mayormente horizontal con distintas longitudes, y el número de piezas utilizadas depende de la extensión del texto. Siguiendo la tradición del género revista también hay experimentación, collage, galerías y fotografía a gran tamaño. Otras estrategias resultantes de la escritura de textos de largo aliento son las separaciones, asteriscos, números y/o subtítulos, las cuales resultan ser un recurso ampliamente utilizado para hacer pausas¹⁰³.

A esto se añade como estrategia de escritura la presentación pronta de uno o más conflictos que ponen a la vista su singularidad y que prometen resolverse al final del texto. Se agregan además otras estrategias y recursos para que el lector se quede: títulos y subtítulos que despiertan curiosidad, bajadas que anticipan o presentan parte de esa singularidad, preguntas retóricas, presentación de personajes, diálogos, frases destacadas, descripciones de ambientes, lugares y territorios y desenlaces muy trabajados.

En el mismo contexto, el hipertexto se emplea para enviar al lector hacia documentos que se citan en las investigaciones o para remitir a contenidos disponibles en la web que brindan datos extra sobre el tema en cuestión. Otros usos tienen que ver con ejemplificar o poner a disposición

¹⁰³Nos preguntamos si el lector vuelve a los mismos textos, si es que los abandona en el tiempo de lectura; y consideramos que posiblemente no lo haga, por lo que las pausas están precedidas por “anzuelos” para captar la atención (frases destacadas, subtítulos) dentro del cuerpo de la crónica.

productos culturales mencionados o relacionados (películas, videos de Youtube, audios, etcétera).

Reposicionar al lector

Las revistas del PLD responden a un fenómeno socioideológico –siguiendo a Sarlo (2011)-. Es decir, son la respuesta a la necesidad de relatos que producen conocimiento en torno a la vida pública pero que también generan identificación desde lo personal y político, algo que reafirma – como dijimos- que el periodismo que emplea recursos de la literatura es, en primer lugar, periodismo.

Este fenómeno encontró en el teléfono celular, -al contrario de lo que podría pensarse a partir de las pautas de escritura en la web- un medio de lectura ideal, abriendo de ese modo nuevos espacios y momentos para dedicar tiempo a estas historias.

Los entrevistados compartieron que los lectores del PLD son jóvenes que leen desde dispositivos móviles, que buscan segundas lecturas y que están interesados en agendas que dialoguen con otras y que presenten también nuevos temas. Tienen intereses tan específicos como diversos, se mueven en comunidades de redes sociales en virtud de tales propósitos y afinidades, y se comprometen con temas de denuncia relacionados con el poder, y entre otros, quieren leer aspectos de la vida cotidiana contados en primera persona.

A esto se suma que en la práctica estos lectores comentan dos textos de cada diez, pero cuando lo hacen, exponen sus intenciones e intereses de manera bastante clara. Mediante una tipología elaborada para este trabajo, determinamos que la motivación principal en cada caso tuvo que ver con un alto grado de valoración positiva en general (tanto para la revista, como para el tema y el tratamiento dado por el periodista) como también identificación personal (lo que se relaciona al contenido local especialmente y al contenido político-ideológico).

En casos puntuales como en los textos *El medio ya no es medio ni mensaje* y *Fuiste un lujo*, de la revista *Anfibia*, encontramos usos específicos de los comentarios que tuvieron más que ver con el interés de hacer aportes críticos para la discusión de resultados y valoraciones, mientras que en el segundo texto apuntaron a la identificación personal y emotiva. Precisamente, la actividad generada por *Fuiste un lujo* –el ensayo epistolar sobre CFK- suscitó debates entre usuarios (620 comentarios, 19 conversaciones y cientos de intervenciones) los cuales, no tuvieron respuestas del medio ni fueron moderados. En el único caso en el que encontramos que se respondió con explicaciones y agradecimientos a los comentarios fue en el caso del texto *El medio ya no es medio ni mensaje*, aunque la realización de esa actividad estuvo a cargo del Centro de Estudios sobre

Medios y Sociedad en Argentina (MESO) ¹⁰⁴ y no de la revista.

Al pie de *Fuiste un lujo*, hubo comentarios de larga extensión que esclarecieron el interés de los lectores por compartir su subjetividad –desde un plano personal, ideológico e identitario- para participar y socializar. Vemos que el objeto de la interacción es claramente el tema (recambio presidencial) y su condición coyuntural, pero asimismo la persona referida y el tratamiento periodístico dotaron de un atractivo especial a la propuesta. Al respecto podemos decir que algunos comentarios se remitieron de forma directa a la presidenta saliente, pero en mayoría se destinaron al periodista-narrador, y con menor frecuencia a la universidad (UNSAM) y finalmente a la revista.

De este modo descubrimos –a través de la lectura de comentarios- (y tomando las precauciones del caso ¹⁰⁵) cuáles son los intereses y motivaciones de los lectores cuando “conectan” con un tema, como también cuál fue la respuesta de la publicación donde la ausencia de la figura de un community manager se hizo notoria. En este punto debemos decir que la revista tiene un blog para sus lectores, y que aunque éste se encuentra exhibido en una de las pestañas de la web, pareciera no ser un ámbito de efectiva interacción ¹⁰⁶.

Bernardi (2016) indica que en la actualidad no hay interacciones directas entre el periodismo (todo) con los lectores a quienes sólo se les invita a hacer alguna acción desde la recepción, sin que se tenga en cuenta a los medios virtuales para la producción, para recibir colaboraciones o proponer temas.

Es necesario señalar que, por otro lado, desde los medios estudiados se trabajó un temario diverso y más flexible; y asimismo vimos que es un tipo de periodismo que se ocupa de trabajar mayor cantidad de fuentes entre otras características que los acercan al lector en su perfil ciudadano. Creemos que la capacidad reflexiva en torno a las distintas dimensiones del proceso de trabajo y en torno al producto final generan un ejercicio de proximidad. Ejemplo de lo anterior es que, por ejemplo, de las entrevistas surge que, a pesar de tener múltiples posibilidades para informarse, los jóvenes prefieren compartir en plataformas sociales crónicas e informes de estos medios en vez de publicar contenido generalista ¹⁰⁷.

También es cierto que hay una influencia en la selección de temas nuevos en virtud de la observación de cuáles fueron los más leídos o comentados en un período inmediato anterior y se observa una capacidad de adaptación para realzar sus propios productos. No obstante, sabemos que

¹⁰⁴Página institucional <http://meso.com.ar/es/inicio/>

¹⁰⁵Solo se tuvieron en cuenta los comentarios y conversaciones que se suscitaron en las páginas de las revistas, al pie de los textos (en tanto ámbitos más posibles de ser controlados o gestionados) y no los que aparecen en redes sociales. Esta investigación tampoco se ocupó de los intercambios que se producen en entornos sociales más privados, como WhatsApp, que tienen cada vez mayor importancia como plataformas de distribución y de comentarios sobre las noticias y que están siendo utilizados por otro tipo de medios.

¹⁰⁶Comunidad.revistaanfibia.com

¹⁰⁷Es deuda decir que, fuera del período estudiado la revista Anfibia abrió grupos en Facebook donde se puede recibir contenidos según afinidad temática.

esto no llega a traducirse en la aplicación de estrategias participativas más directas como modalidad de conocimiento o profundización de los principales perfiles de lectores.

A lo anterior se suman otras decisiones que resultan paradójales: la inhabilitación de comentarios en las webs -o la apertura de espacios dentro de las páginas que luego no se pueden ver para responder o conversar-. No son detalles, sino posicionamientos sobre el grado de conocimiento en relación con las expectativas de los destinatarios y de sus comunidades interpretativas.

En tanto, este tipo de periodismo que estudiamos decide recoger información en otros ámbitos: en charlas con otros periodistas y amigos a quienes consultan o en talleres formativos. Si bien entendemos que la labor que se realiza en talleres de formación es una experiencia que permite el intercambio, también creemos que lo que puede conocerse en esos espacios no alcanza para obtener un panorama completo de los distintos perfiles que siguen a estas revistas, a lo que se suma que, de acuerdo a algunos editores y a la teoría que hemos referenciado, las métricas todavía no han logrado decirlo todo sobre el lector de crónica y otros subgéneros en soporte digital.

Ante todo, la posibilidad de profundizar en el conocimiento mutuo entre periodistas y lectores vuelve a la gestión de comunidades una herramienta clave, teniendo en cuenta los modos en los que se problematizan las mediciones en la web. A esto, se suman como posibilidad los análisis cualitativos en torno a lo que está sucediendo en plataformas de interacción mediada; y el hecho de que cada vez más usuarios llegan a las propuestas periodísticas a través de redes sociales.

CAPÍTULO 9. Reflexiones finales sobre el uso de la Teoría Fundamentada en los datos (TF)

La teoría fundamentada se constituye como una herramienta valiosa para la enseñanza de la investigación cualitativa por su sistematicidad. Esto es porque establece un orden posible para el trabajo con los datos y permite reconocer rasgos emergentes del objeto a partir de las recurrencias y preguntas que se formulan a los casos. A esto se suma que el empleo del programa Atlas.ti facilita el acceso a los datos cualitativos en todo momento, permitiendo el cruce de anotaciones, aspectos teóricos y documentos de distintos soportes (textos, audio, video).

No obstante, quisiéramos señalar brevemente algunas limitaciones que demandaron decisiones puntuales desde el diseño y en el proceso investigativo. Para eso, es necesario hacer una breve referencia a los orígenes del método a fines de la década del 60, cuando la investigación cualitativa debía consolidar su posición en el campo de investigación¹⁰⁸. Si bien no es nuestro

¹⁰⁸Es interesante mencionar que existe el sitio web *Grounded Theory Institute*, página oficial de la Teoría Fundamentada Clásica donde tiene especial presencia Barney Glaser, quien tomó distancia de Strauss y Corbin luego de la publicación de fines de los 90. Sitio: <http://groundedtheoryreview.com/>

propósito ahondar sobre el particular, es necesario decir que estas condiciones de emergencia no están vigentes para poder explicar así que nos sentimos en libertad de trabajar un diseño más flexible para alcanzar nuestros objetivos.

Algunas consideraciones iniciales tuvieron que ver con lo que señala Barrios (2015), quien plantea que en los estudios de posgrado, se debe responder a determinadas instancias formales, las cuales constituyen una demanda específica que repercute en el proceso mismo de investigación. Ejemplo es la redacción “anticipada” de un problema y marco teórico, algo que no se corresponde con las instrucciones de los autores más ortodoxos de la TF, quienes determinan que incluso el problema de investigación debe surgir de las preocupaciones de los sujetos involucrados en el fenómeno en estudio, y que además es necesario evitar la elaboración de un marco teórico que colabore con reflexiones patronizantes y acciones deductivas.

Esto puede comprenderse mejor si recordamos que uno de los requisitos de la TF consiste en que la teoría surja exclusivamente de los datos, lo que se relaciona a la influencia de la fenomenología como una de las fuentes filosóficas del método. Al respecto, la autora advierte que Glaser (1992) insta –incluso- a ni siquiera elaborar un estado del arte¹⁰⁹, mientras que Strauss y Corbin (2002) en cambio reconocen que recurrir a la literatura permite elaborar cuestionarios iniciales para entrevistas posteriores.

(...) lo anterior no significa un rechazo total al uso de las teorías existentes, ni un desconocimiento de la importancia de la formación teórica disciplinar del investigador. Para Glaser (1978), los conceptos teóricos que el investigador posee producto de su formación previa son útiles para desarrollar la sensibilidad teórica, sobre todo en la formulación de las categorías conceptuales, es decir, en la elaboración de conceptualizaciones referidas a un patrón de conducta o de incidentes similares que se encuentra en los datos recolectados (Barrios, 2015, s/p).

Al respecto, nos resultó útil tener en cuenta la perspectiva de estos autores indagando en sus diferencias, como también fue fundamental tomar apuntes en el propio proceso de investigación para registrar dilemas que tuvieron que ser resueltos.

En relación a los postulados teóricos iniciales, nos pareció sumamente interesante la mirada de Sautu (2010), quien contribuye a la reflexión con una amplia definición de teoría, sabiendo de antemano que los postulados teóricos operan en nuestras decisiones aunque no los enunciemos¹¹⁰. De igual modo, creemos que la inclusión de los lineamientos metodológicos en la noción es muy

¹⁰⁹ Autores como Piko (2014) han realizado la revisión de la literatura de manera posterior a la redacción de la teoría sustantiva resultante de su investigación.

¹¹⁰ Críticos de la TF señalan que es necesario preguntarse qué es una *teoría*, qué se espera de una *teoría* y el por qué los métodos usados para construir sentido deberían llamarse *teoría*.

interesante, al considerar que “no se construye conocimiento a partir de cero, se construye conocimiento a partir de lo que se sabe” (Fuentes Navarro, 2015, p.128).

De esta manera decidimos redactar un marco de referencia para explicitar proposiciones teóricas que iluminaron la construcción del objeto¹¹¹, lo que nos acercó si se quiere un poco más a la postura de Strauss y Corbin que a la de Glaser.

En términos procedimentales, el marco referencial brindó aportes para la categoría provisional de periodismo literario digital y luego fue una guía para la elaboración del guion de entrevistas, aunque también aportó referencias para la interpretación de los datos.

Si bien diferenciamos códigos preexistentes de los emergentes, lo cierto es que creamos una categoría principal y a la vez tuvimos en cuenta otras investigaciones y producciones de referencia para comprender que a) en el proceso de producción las distintas categorías deben pensarse en relación, en el marco de un proceso y a partir de un contexto de incidencia, y b) la categoría de lector debe pensarse como rasgo del objeto y en articulación con otras categorías para acercarnos a su conocimiento.

Es también destacable que, precisamente, la categoría PLD (que es producto de un ejercicio tanto inductivo como deductivo y que nos permitió delimitar una práctica) también brindó la posibilidad de llegar a tales reflexiones en torno al lector y a las múltiples relaciones que dan sentido a la producción de periodismo especializado. Así la categoría no surge esencialmente de los datos en el sentido en el que no aparece en las enunciaciones codificadas, sino que la suma de rasgos y subcategorías que fueron propuestas por los agentes entrevistados.

En este aspecto notamos que la operación de producción de conocimiento finalmente se nutría de las dos fuentes: de la teoría inicial y del contacto con los datos; aunque es deuda decir que sólo gracias a estos últimos pudimos descubrir una característica principal de estas revistas como es la necesidad de diferenciarse de otras prácticas mediáticas a las que se da sentido tanto desde el plano colectivo como individual.

Luego, en el paso de una codificación a otra, cuando las categorías comenzaron a saturarse, necesitamos de un instrumento ordenador como el árbol conceptual sugerido por la Teoría Fundamentada. La matriz de datos cualitativa y los esquemas permiten la jerarquización de las categorías y su ordenamiento en un mapa que incluye los contextos, algo que es sumamente importante en el momento de reintegración contextual. Como el lector habrá notado, en la matriz de datos el contexto no opera como escenario sino como una suma de categorías que dotan de sentido a las centrales y las explican en parte.

¹¹¹Raúl Fuentes Navarro sugiere que el empleo de bibliografía es una fase de la constitución del objeto que permite regresar a una definición de partida y reubicarlo en el marco del estado de cuestión.

También confirmamos que la etapa más difícil del proceso, tal como advierten Strauss y Corbin (2002), fue la reintegración conceptual. Esto es porque los métodos que se basan en la fragmentación de los datos demandan aportes teóricos para suturar aquellas relaciones que no se ofrecen a simple vista. Precisamente, la integración exigió atención para no perder el hilo narrativo, por lo que la escritura del guion de argumentos principales (cap. 7) fue un ejercicio que repetimos varias veces y que valoramos. Es necesario mencionar que la materia prima de dicho guion son los apuntes realizados durante la codificación, la vuelta a los datos brutos, el mapa conceptual y los esquemas o vistas de red que se pueden hacer con el programa Atlas.ti. Pero más allá de estos materiales utilizados, lo cierto es que para completar el guion se requiere de lecturas del tema con información contextual actualizada que nos permita ponerlos en valor.

Consideramos también que el momento de la reintegración conceptual puede resultar en más de una posibilidad, en virtud de la amplitud del universo de datos obtenidos y en relación con todo lo que opera en el proceso de descubrimiento de relaciones entre categorías. Es así que el aporte de este trabajo es sencillamente el esbozo de un modelo que puede ser profundizado en varios aspectos de los mencionados para el análisis de publicaciones y proyectos periodísticos similares.

Por ejemplo, es posible ampliar la investigación trabajando especialmente las diferencias entre las publicaciones, extender el análisis a los comentarios en fanpages o en distintas redes sociales; actualizar los cambios en las percepciones de los periodistas en relación con el uso de plataformas como WhatsApp para un trabajo más colaborativo con sus seguidores o crear nuevas tipologías para reconocimiento de sentidos compartidos por quienes comentan en una publicación determinada.

Por último, diremos que la citada sensibilidad teórica que exige la TF (para el reconocimiento y establecimiento de relaciones conceptuales) nos remite en este caso específico a la categoría de lector como un modo de reconocimiento de una categoría que habilita nuevas preguntas tanto en la práctica como también en el ámbito de la teoría.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, Cristian, ed. *Anfibia: crónica y ensayos/I*. 1. edición. San Martín: UNSAM Edita, 2015.
- Albornoz, Luis. *Periodismo digital: los grandes diarios en la Red: ElMundo.es, Clarín.com, Reforma.com, ElPaís.es, Abc.es, LaNación.com*. 1. ed. Inclusiones. Categorías. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones, 2007.
- Allen, Robert Clyde, ed. *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*. 2. ed., repinte. New York: Routledge, 2003.
- Amado, Adriana. *¿Qué periodismo se hace en Argentina?: perspectivas locales y globales*. 1ºEd, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, 2018. ISBN 978-987-1285-59-4
- Angulo Egea, María, ed. *Crónica y mirada*. Primera Edición. Madrid: Monterrey, Nuevo León, México: Libros del K.O. ; Universidad Autónoma de Nuevo León, 2013.
- Añón, Valeria. «Crónica urbana, subjetividades y representación. A propósito de Los rituales del caos de Carlos Monsiváis». *Question Facultad de Periodismo y Comunicación Social* 1, n.º 23 (2009): 1-12.
- Arfuch, Leonor. *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Arfuch, Leonor. *La entrevista, una invención dialógica*. Buenos Aires: Paidós, 2010
- Arrueta, César. «Rutinas de producción y calidad periodística en diarios de referencia dominante. El caso Jujuy, una provincia periférica argentina». Doctoral, Universidad Austral, 2009. Disponible en <https://is.gd/AyO9Sd>
- Arrueta, César. «Una mirada desde los escenarios de tensión», *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*, n.º 76 (s. f.): 81-87
- Arrueta, César, y Brunet, Marcelo. «Noticiabilidad y planificación. Una mirada desde la teoría de los

- emisores, los procesos productivos y la cultura tecnológica». *Intertextos. Cuadernos del Programa de Comunicación Social*, n.º 4; p. 15-19, 2010.
- Bajtín, Mijaíl *Estética de la creación verbal: [actividad, discursos, pragmática, géneros, comunicación, literatura]*. Buenos Aires: Siglo veintiuno, 2008.
- Badenes, Daniel, y Arias, Ana Carolina eds. *Editar sin patrón: la experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*. Primera edición. Filo surfer. La Plata, Argentina: Club Hem Editores, 2017.
- Becerra, Martín, y Beltrán, Ricardo. *Medios y Tic en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación*. Primera. UBACyT Universidad de Buenos Aires, 2014.
- Benavides, Jeovanny. «El periodismo literario contemporáneo en América Latina: auge de las revistas especializadas.» En *Ponencia XVI Congreso de REDCOM.*, 2014.
- . «Procedimientos narrativos, procesos creativos y de producción de los cronistas ecuatorianos en las revistas de periodismo literario Un estudio de los casos Mundo Dinero, SoHo y Gatopardo». Doctoral, UNLP, 2016. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/53407>.
- Benjamin, Walter. *El narrador*. Santiago de Chile: Metales pesados, 2016.
- Bergero, Fabián. «Desencuentros en la red. Pactos de lectura en sitios de noticias digitales. Tesis de maestría en periodismo y medios de comunicación». Maestría, UNLP, 2013. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/34371>.
- . «La crónica periodística». UNCO, 2004. <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/cronicaperiodistica.htm>
- Bergero, Fabián, y Bernardi, María Teresa. «La Entrevista Periodística». *Red-acción, sitio web del Área Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. General Roca: Universidad Nacional del Comahue* (blog), 2012. Disponible en <https://sites.google.com/site/tallerdeperiodismo20121/banco-de-informacion>.
- Bernabé, Mónica. «Idea Crónica. Prólogo.» En *Prologo*, de Sonia Cristoff y Sergio Chejfec, 251. Editado por Sonia Cristoff. Buenos Aires (Argentina): Beatriz Viterbo Editora, 2006.
- . «Sobre márgenes, crónica y mercancía. Boletín/15, octubre 2010. Centro de Estudios de Literatura». *Boletín/15*, octubre de 2010. Disponible en http://www.celarg.org/int/arch_public/bernabeb15.pdf.
- Bernal, Sebastià, y Chillón, Albert. *Periodismo informativo de creación*. Nuevos signos. Barcelona: Mitre, 1985.
- Bernardi, María Teresa. «Transmedialidad y rutinas en medios digitales hiperlocales.» En *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia*, editado por Alejandro Rost, Fabián Bergero, y María Teresa Bernardi, 71-96. Argentina: Universidad Nacional del Comahue (UNCO), s. f.

- Boczkowski, Pablo J. *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Buenos Aires: Manantial, 2006.
- Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. GG mass media. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1989.
- Boynton, Robert S, y De Nys, Joachim. *El nuevo, nuevo periodismo: conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses de no ficción*. España: Universidad de Barcelona, 2015.
- Brecht, Bertolt. «La radio como aparato de comunicación, en Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas». En *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. EEUU, 1932.
- Breschand, Jean. *El documental: la otra cara del cine*. Barcelona: Paidós, 2007.
- Cáceres, Pablo. «Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable». *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad* 2 n°1, 2003. Disponible en <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/view/3>.
- Cacopardo, Ana. Cuéntame tu vida. Entrevista Ángel Berlanga para *Página 12* suplemento Radar, 15 de diciembre de 2013. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-9362-2013-12-20.html>.
- Carlón, Mario, y Scolari, Carlos Alberto eds. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. 1. ed. Inclusiones. Categorías. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- Carrión, Jorge, ed. *Mejor que ficción: crónicas ejemplares*. 1. ed. Crónicas 97. Barcelona: Anagrama, 2012.
- Cerezo, Pepe Los *customer media*. *Medios para usuarios hiperconectados*. Evoca Comunicación e imagen. Madrid: Evoca, 2016.
- Charmaz, Kathy. *La teoría fundamentada en el siglo XXI: Aplicaciones para promover estudios sobre la justicia social*, pp. 270-325. En: N. K. Denzin; Y. S. Lincoln (comps.) *Estrategias de investigación cualitativa: Vol. III*. Buenos Aires: Gedisa, 2013
- Chillón, Albert. *La palabra facticia: literatura, periodismo y comunicación*. 1. ed. Aldea global 28. Barcelona: Univ. Autónoma de Barcelona, Serv. de Publ. [u.a.], 2014.
- . *Literatura y periodismo: una tradición de relaciones promiscuas*. 1. ed. Aldea global 5. Bellaterra (Barcelona): Univ. Autònoma de Barcelona, Servei de Publ. [u.a.], 1999.
- Comba, Silvana, y Toledo, Edgardo eds. *Comunicación y periodismo: entrevistas sobre tecnologías, identidades, culturas*. 1. ed. Inclusiones. Categorías. Buenos Aires La Crujía Ediciones, 2011.
- Cristoff, María Sonia, ed. *Idea crónica: literatura de no ficción iberoamericana*. 1. ed. Biblioteca Crónicas 1. Rosario]: [Beatriz Viterbo Editora; Fundación TyPA, 2006.
- Crovi Druetta, Delia. *Bitácora de viaje: investigación y formación de profesionales de la comunicación en América Latina*. México: Ilce, 2005.

- Crovi Druetta, Delia María, Toussaint, Florence y Tovar, Aurora. *Periodismo digital en México*. 1a ed. México, D.F: UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2006.
- Darrigrandi, Claudia. «Crónica latinoamericana: algunos apuntes sobre su estudio. Cuadernos de literatura». *Cuadernos de literatura* 17, No 34, p 122-43, 2013.
- Defensoría del público. *Informe 5 años de monitoreo ¿Qué es noticia para los noticieros de televisión abierta?* (febrero 2013-diciembre 2017) Dirección de análisis, investigación y monitoreo. Disponible en <http://defensadelpublico.gob.ar/analisis-de-cinco-anos-de-monitoreos-de-programas-noticiosos-de-canales-de-caba/>
- De Gaulejac, Vincent. «Historias de vida y sociología clínica». *Boletín del Programa de Pobreza y Políticas Sociales de Ediciones SUR, Chile* 23, 1999. Disponible en: <http://www.sitiosur.cl/publicacionescatalogodetalle.php?PID=3435>.
- Díaz Larrañaga, Nancy, y Florencia Saintout. «Abrir la comunicación: tradición y movimiento en el campo académico». *Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de la Plata*, n.º 23, p.206, 2003.
- . «Mirada crítica de la comunicación en América Latina: entre el desarrollo, la dominación, la resistencia y la liberación», Ediciones de Periodismo y Comunicación. Vol. 23. La Plata (Argentina): Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2003.
- Diezhandino, M. Pilar, ed. *Periodismo en la era de internet: claves para entender la situación actual de la información periodística en España*. 1. ed. Colección Fundación Telefónica, cuaderno 6. Barcelona (España): Madrid España: Ariel; Colabora, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Red.es: Fundación Telefónica, 2008. Disponible en: <https://is.gd/ZIJewP>.
- Eco, Umberto. «El lector modelo». En *Lector in fabula la cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona (España): Lumen, 2000.
- Edo Bolós, Concepción. *Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones, 2009.
- Falbo, Graciela, y Bencomo, Anadeli eds. *Tras las huellas de una escritura en tránsito: la crónica contemporánea en América Latina*. 1. ed. Colección Diagonios. Buenos Aires: Ediciones Al Margen: EDULP, Editorial de la Universidad de La Plata, 2007.
- Fernández Chapou, María del Carmen. «Las letras del Nuevo Periodismo». *Revista Mexicana de Comunicación*, n.º 88 (2004). Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/304674728_Las_letras_del_Nuevo_Periodismo.
- Fuentes Navarro, Raúl. *Centralidad y marginalidad de la Comunicación y su estudio*. Guadalajara, México: ITESO, 2015.
- Fiske, John. «Los estudios culturales británicos y la televisión». En *Channels of discourse. Television*

- and contemporary criticism*, 2. ed., reprinted. North Carolina, University of North Carolina Press: Routledge, 1987.
- Fontcuberta, Mar. *La noticia: pistas para percibir el mundo*. 1a. ed. Papeles de comunicación 1. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.
- Fontcuberta, Mar de, y Borrat, Héctor. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- Fuentes Navarro, Raúl. *Centralidad y marginalidad de la comunicación y su estudio*. Guadalajara, México: Iteso, 2015.
- Franco, Guillermo. *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Universidad de Texas, Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Texas, Austin, 2009. Disponible en: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf.
- García Romero, Marisol, y Bustamante Newball, Jenny. «El ensayo periodístico: una propuesta didáctica». *Comunicar Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, n.º 24, 183-87, 2005.
- . «El ensayo periodístico y sus concepciones: algunas implicaciones pedagógicas». *Análisis Universidad Autónoma de Barcelona*, n.º 33, p. 17-30, 2006.
- Gargurevich, Juan. *Géneros periodísticos*. Quito: CIESPAL, 2004.
- Garza Acuña, Celso José. «Vigencia del relato como sentido de la realidad: análisis de reportajes históricos». Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo I, 2003. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/4819/>.
- Gifreu Castells, Arnau. «El documental interactivo como nuevo género audiovisual Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción». Doctoral, Pompeu Fabra. Departamento de Comunicación., s. f. Disponible en: http://agifreu.com/interactive_documentary/TesisArnauGifreu2012.pdf.
- Goldsmith Kenneth, Laddaga, Reinaldo, Lerner Mariana y Page, Alan. *Escritura no-creativa: gestionando el lenguaje en la era digital*. Buenos Aires: Caja Negra, 2015.
- Gomis, Lorenzo. «Los géneros periodísticos como modos de interesar en la actualidad». Universidad Autónoma de Barcelona., s. f.
- . *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. 1. ed. Paidós comunicación 44. Barcelona: Ediciones Paidós, 1991.
- Grimson, Alejandro, y Varela, Mirta. *Audiencias, cultura y poder: estudios sobre la televisión*. 1. ed. Temas/comunicación. Buenos Aires: EUDEBA, 1999.
- Guerriero, Leila. *Zona de obras*, 2015. Disponible en: <https://www.overdrive.com/search?q=81FEA1C3-0EA6-47A2-A38B-C6F987169847>.

- Gumucio-Dagron, Alfonso, Tufte Thomas, y Consorcio de comunicación para el cambio social. *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. South Orange, N.J.: CFSC, Communication for Social Change Consortium, 2008.
- Hall, Stuart. «Codificar/decodificar». *Centro de Estudios Culturales Contemporáneos Universidad de Birmingham*, 1980. Disponible en: <https://is.gd/SmNs1B>
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, y Pilar Baptista Lucio. *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill, 2007.
- Herrscher, Roberto. *Periodismo narrativo: cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Colección Ficciones reales. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Marea Editorial, 2016.
- Illouz, Eva. *Erotismo de autoayuda: Cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico*. Serie ensayos. Capital Intelectual-Katz, 2014.
- Irigaray, Fernando. «Documental transmedia: narrativas espaciales y relatos expandidos, en Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas». En *Transmediaciones*. La Crujía futuribles, 2016.
- Irigaray, Fernando, y Lovato Anahí. «La ciudad como plataforma narrativa. El documental transmedia, Tras los pasos del hombre bestia». En *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. UNR., Primera., 160. UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. https://www.academia.edu/22718076/Producciones_transmedia_de_no_ficci%C3%B3n._An%C3%A1lisis_experiencias_y_tecnolog%C3%ADas_2015_.
- . *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Primera. Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. Disponible en: [1788850273.Producciones-transmedia-de-no-ficcion](https://www.unr.edu.ar/producciones-transmedia-de-no-ficcion).
- Irigaray, Fernando, y Renó Denis. *Transmediaciones: creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. La Crujía. Buenos Aires (Argentina), 2016.
- Jaramillo Agudelo, Darío. *Antología de crónica latinoamericana actual*. Alfaguara, 2012.
- Kaplún, Gabriel. «Lo emergente y lo resistente en la Comunicación Organizacional». *Revista Diálogos de la Comunicación*, N 83, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) Enero-marzo 2012. Pág. 1-23. Disponible en http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/03/N%C2%B0-12_Gabriel-Kaplun_UDELAR-Uruguay.pdf
- Klein, Irene. *La narración*. Enciclopedia Semiológica. Buenos Aires (Argentina): EUDEBA, 2007. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/99601452/La-Narracion-Irene-Klein>.
- Kuklinski, Hugo Pardo. «El fin de los nuevos medios. El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet». En *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*,

- 252-61. La Crujía Ediciones, s. f.
- Larrondo Ureta, Ainara. «Propuesta metodológica para una aproximación empírica a los géneros ciberperiodísticos». *Zer, Revista de Estudios de Comunicación* 15, n.º 28, p. 157-74, 2010.
- Lassila-Merisalo, María. «Story First—Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments». *Journal of Magazine & NewMedia Research* 15, n.º 2, p. 1-15, 2014.
- Lecaros, María José, y Greene Francisca. «Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción». *Cuadernos de Información*, n.º 30, p. 53-60, 2012. Disponible en: <https://doi.org/10.7764/cdi.30.426>.
- . «Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción / Chilean editors and journalistic routines: review and proposal towards a study on change in newsrooms». *Cuadernos.info Universidad Católica de Chile*, n.º 30 p. 53-60, 2012 Disponible en: <https://doi.org/10.7764/cdi.30.426>.
- Lemos, José A. «Análisis de la interactividad de 10 periódicos argentinos», Ponencia presentada en las Jornadas REDCOM, Buenos Aires, 15 y 16 noviembre 2002.
- Longo, Fernanda, y Luzzani Telma. *Manual de estilo (Clarín)*. Editado por Osvaldo Tcherkaski. Buenos Aires: Clarín Aguilar, 1997.
- Lovato, Anahí. «Del periodismo multimedia al periodismo transmedia». En *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*, 33-51. Universidad Nacional de Rosario, 2015. Disponible en: 1788850273.Producciones-transmedia-de-no-ficcion.pdf.
- Luchessi, Lila. *Calidad informativa: escenarios de postcrisis*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2013.
- . «Nuevas rutinas, diferente calidad». En *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*, UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario., 12-24, 2015.
- Luengas Restrepo, Mónica. «Gatopardo como un ejemplo del nuevo periodismo en México». Maestría, Universidad Iberoamericana, 2012. Disponible en: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/gatopardo-como-ejemplo-nuevo-periodismo-mexico-estudio-caso/id/69956252.html.
- Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós Comunicación 163. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.
- Marradi, Alberto, Archenti Nélica y Piovani, Juan Ignacio. *Metodología de las ciencias sociales*, 2012.
- Martín Barbero, Jesús. «La comunicación en la cultura». En *Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/identidades/culturas*, editado por Silvana Comba y Edgardo Toledo, Primera. Inclusiones: categorías. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2011.
- . «Paradigmas de comunicación: un mapa con memoria latinoamericana». *Mediaciones Sociales*.

Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad Complutense de Madrid, n.º 1 (2007): 235-60.

Martín Barbero, Jesús, y Herlinghaus Hermann. «Mis encuentros con Walter Benjamin. Prólogo». En *Contemporaneidad latinoamericana y análisis cultural: conversaciones al encuentro de Walter Benjamin*, 1-14. Iberoamericana; Vervuert SRL, 2000. Disponible en: <https://lib.ugent.be/en/catalog/rug01:000670105>.

Martín-Barbero, Jesús. «De la experiencia al relato. Cartografías culturales y comunicativas de Latinoamérica». *Revista Anthropos: Huellas del conocimiento*, n.º 219, 21-42, 2008.

———. «Pistas para entre-ver medios y mediaciones. Prefacio a la quinta edición de De los medios a las mediaciones». *Revista Anthropos: Huellas del conocimiento*, n.º 219, 43-48, 2008.

Martín-Barbero, Jesús, Universidad Autónoma Metropolitana, y Unidad Azcapotzalco. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Rubí; [México, D.F.: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, 2010.

Martini, Stella, y Luchessi, Lila. *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2004.

Martínez Albertos, José Luis. *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo, 1989.

Martínez Albertos, José Luis. *Curso general de redacción periodística. Periodismo en prensa, radio, televisión y cine. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos*. Comunicación social. Barcelona: Ed. Mitre, 1983.

Martínez-García, Luisa. «Las carencias de la prensa tradicional, un lastre para el periodismo emprendedor». *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 7, p. 428-42, 2016. Disponible en: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1103>.

Meléndez Yúdico, Jordy, Arrieta Ximena y Báez, Claudia. «Primer estudio de medios digitales y periodismo en América Latina. Iniciativas, modelos de negocio y buenas prácticas». México: UDG, 2016. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/0B56C_0nwzk1HSHpsMUZpb0tQamM/view.

Mestman, Mariano, y Varela Mirta eds. *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión*. 1a edición. Lectores. Ciudad de Buenos Aires: Eudeba, 2013.

Minayo, María Cecilia de Sousa. «Origen de los argumentos científicos que fundamentan la investigación cualitativa». *Salud Colectiva* 13, n.º 4, p. 561-75, 2017. Disponible en: <https://doi.org/10.18294/sc.2017.942>.

Monje Álvarez, Carlos Arturo. «Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa». Universidad Surcolombiana, 2011. Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>.

Montes, Alicia S. *Políticas y estéticas de representación de la experiencia urbana en la crónica*

- contemporánea*. Nueva crítica hispanoamericana. Bs. As: Corregidor, 2013.
- Murillo Torrecilla, Javier. *Investigación Iberoamericana sobre Eficacia Escolar*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008.
- Orozco Gómez, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C., 1997.
- Orozco Gómez, Guillermo. «La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias». *Comunicación y Sociedad*, n.º 10-11, 107-28, 1991.
- Papalini, Vanina. «Literatura masiva, las marcas de la mundialización en las culturas nacionales». *Análisis. Cuadernos de Comunicación y Cultura*, n.º 43 (2011): 73-87.
- . «Sensibilidades contemporáneas: una exploración de la cultura desde los géneros narrativos». *Signo y pensamiento* 29, n.º 57; p. 73-87, 2010.
- Pellegrini, Silvia y otros. «Valor agregado periodístico. La apuesta por la calidad de las noticias». Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, 2011. ISBN 9789561411906
- Peralta, Dante A. J, y Urtasun Marta. «*La crónica periodística herramientas para una lectura crítica y redacción*». Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- Piña, Cristina, y García Ana María. «Retazos de historia. Acerca de las crónicas de Pedro Lemebel». En *Literatura y (pos) modernidad. Teorías y lecturas críticas*, 121-38, 2008.
- Raimondo Anselmino, Natalia. «Cibermedios: opinión de los lectores». *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, CIESPAL, Quito*, n.º 105, p. 62-67, 2009.
- . «Formas de pensar la relación de los medios con su público: reflexiones preliminares de una investigación sobre diarios digitales». *Question. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación, UNLP* 1, n.º 23, 2009. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/799>.
- . «¿Qué te pasa Clarín? Crónica del desarrollo de los espacios de intervención y participación del lector». *Revista L.I.S. Letra, imagen, sonido. Ciudad mediatizada, Universidad de Buenos Aires*, n.º 5 (2010): 57-67.
- . «Un repaso por los estudios sobre la prensa On-line, en el ámbito académico nacional». *Question. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación, UNLP* 1, n.º 33, 2012. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1355>.
- Renó, Denis. «Periodismo transmedia y movilidad». En *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*, editado por Fernando Irigaray, 112-27. Futuribles. La Crujía Ediciones, 2016. Disponible en: https://www.academia.edu/29073177/Transmediaciones._Creatividad_innovaci%C3%B3n_y_estrategias_en_nuevas_narrativas_2016_.

- Retegui, Lorena. «La construcción de la noticia desde el lugar del emisor Una revisión del Newsmaking». *Revista mexicana de Opinión Pública* 23, p. 103-21, 2017.
- Rincón, Omar. «El periodista DJ es el medio». En *Calidad informativa. Escenarios de poscrisis*, editado por Lila Luchessi, 134. Futuribles. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2013.
- Rizo García, Marta. «Aportaciones de la Psicología Social a la ciencia de la comunicación». *Intexto, Porto Alegre: UFRGS* 1, n° 14, p. 1-14, 2006.
- . «De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal». *Quórum Académico Universidad del Zulia* 8, n° 15, p. 78-94, 2006.
- . «La sociología fenomenológica como fuente científica histórica de una comunicología posible.» En *Comunicación, Ciencia e Historia*, editado por Jesús Galindo Cáceres, McGraw Hill., 44-107, 2008.
- https://www.researchgate.net/publication/44305207_Sociologia_Fenomenologica_y_Comunicologia_Historica_La_Sociologia_Fenomenologica_y_sus_aportaciones_al_pensamiento_en_comunicacion.
- Rodrigo Alsina, Miquel. *La Construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005.
- Rodríguez-Rodríguez, Jorge Miguel, y Albalad, José María. «Nuevas ventanas del periodismo narrativo en español: del big bang del boom a los modelos editoriales emergentes». *Textual & Visual Media*, n.º 5, p. 287-310, 2012.
- Rosenberg, Laura. «Etnografía del trabajo periodístico. Apuntes sobre la inserción del investigador en la sala de redacción de un diario argentino». *Comunicación y Sociedad*, n° 28, *Universidad de Guadalajara, (México)*, 2017. Disponible en: <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/5038/5692>.
- Rost, Alejandro. «La actualidad múltiple en el periódico digital». *Sala de Prensa, México*, Año VI, 3, n.º 69, 2004. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art552.htm>.
- . *La Interactividad en el periódico digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2006. Disponible en: <http://www.tdx.cat/TDX-1123106-104448/>.
- . «La participación en el periodismo digital: Muchas preguntas y algunas posibles respuestas». En *Periodismo digital en un paradigma de transición*, editado por Fernando Irigaray, Dardo Ceballos, y Matías Manna, 102-14. UNR: Universidad Nacional de Rosario/Fundación *la Capital*, 2010.
- . «Narrativas periodísticas en la Web: Ejemplos y herramientas». En *Webperiodismo en un ecosistema líquido*, editado por Fernando Irigaray, Dardo Ceballos, y Matías Manna, 47-56. Rosario: Laborde Libros Editor, 2012. Disponible en: [978-987-677-045-3](http://hdl.handle.net/2133/2315).
- . «Narrativas periodísticas en la Web: Ejemplos y herramientas». En *Webperiodismo en un ecosistema líquido*, editado por Fernando Irigaray, Dardo Ceballos, y Matías Manna. Rosario: Laborde Libros Editor, 2013. Disponible en: <http://hdl.handle.net/2133/2315>.
- . «Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital». *Revista*

Camprodón 1, n° 23, 169-83, 2003.

Rost, Alejandro, Bergero, Fabián y Bernardi, María Teresa. *Periodismo en contexto de convergencias*. Primera. Secretaría de Investigación Facultad de Derecho y Ciencias Sociales UNCOMA-PubliFadecs, 2012. Disponible en:

https://www.academia.edu/17725278/Periodismo_en_contexto_de_Convergencia

———. *Periodismo transmedia: la narración distribuida de la noticia*. Publifadecs, UNCOMA. Argentina, 2016. Disponible en: https://www.academia.edu/33113394/Periodismo_transmedia._La_narraci%C3%B3n_distribuida_de_la_noticia.

Saavedra, Gonzalo. «Escribir es –también en Periodismo- argumentar». *Cuadernos de Información, Comunicación y Medios en Iberoamérica*, n.º 11, 1996. Disponible en: <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/226/765>.

———. «Periodismo y literatura: El coqueteo con la ficción». *Cuadernos de Información, Comunicación y Medios en Iberoamérica*, n.º 9 (s. f.). Disponible en: <https://doi.org/DOI:10.7764/cdi.9.303>.

Saavedra Vergara, Gonzalo. «La “Narrativización” del discurso y el “efecto omnisciente” en no ficción periodística». *Caplletra: revista internacional de filología*, n.º 29, 157-75, 2000.

Sádaba, Teresa. *Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2008.

Salaverría, Ramón. «De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para los periódicos digitales». *Novática*, n.º 142, 12-15, 1999.

———. «Periodismo en 2014: balance y tendencias». *Cuadernos de Periodismo*, 2015. Disponible en: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-en-2014-balance-y-tendencias/>.

———. *Redacción periodística en internet*. 1. ed. Colección Comunicación. Manuales. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 2005.

Samaja, Juan. *Proceso, diseño y proyecto en investigación científica: cómo elaborar un proyecto sin confundirlo con el diseño ni con el proceso*. Buenos Aires: JVE Ediciones, 2004.

San Martín, Daniel. «Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos.» *Revista Electrónica de Investigación Educativa* 16, n.º 1, 109, 2014.

Sarlo, Beatriz. *El imperio de los sentimientos: narraciones de circulación periódica en la Argentina, 1917-1927*. Ed. rev. y corr. Teoría. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, [1985] 2011.

Sautu, Ruth, ed. *Catálogo de prácticas corruptas: corrupción, confianza y democracia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Lumiere, 2004.

———, ed. *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. 1. ed. Colección Campus virtual. Buenos Aires: CLACSO, Consejo

Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005.

———. *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Argentina: Ediciones Lumiere, 2003.

Schettini, Patricia. *Análisis de datos cualitativos en la investigación social: procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa* / coordinado por Patricia Schettini y Inés Cortazzo. - 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2015. E-Book.

Scolari, Carlos Alberto. «De las tablillas a las tablets: evolución de las emagazines». *El profesional de la información* 22, n.º 1, p.10-17, 2013.

———. «Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital». Anuario AC de Cultura digital 2014. Disponible en:

https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf.

Scribano, Adrián Oscar. *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2008.

Stange Marcus, Hans, y Salinas Muñoz, Claudio. «Rutinas Periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. Cuaderno de Trabajo». Universidad de Chile Instituto de la Comunicación e Imagen Centro de Estudios de la Comunicación, 2009. Disponible en:

https://www.academia.edu/3876967/Rutinas_period%C3%ADsticas._Discusi%C3%B3n_y_trayectos_te%C3%B3ricos_sobre_el_concepto_y_su_estudio_en_la_prensa_chilena.

Strauss, Anselm L, Corbin, Juliet M y Universidad de Antioquia. *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2002.

Tuchman, Gaye. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili, 1983.

Valles, Miguel S. *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis, 2009.

Varela, Mirta. «De las culturas populares a las comunidades interpretativas». *Diálogos de la comunicación Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS*, n.º 56 (1999). Disponible en: <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/varela.pdf>.

Vasilachis de Gialdino, Irene, ed. *Estrategias de investigación cualitativa*. 1. ed. Biblioteca de educación, Herramientas universitarias 13. Barcelona: Gedisa Ed, 2006.

Vázquez, Félix Sixto. «El análisis de contenido temático. Objetivos y medios en la investigación psicosocial». Universitat Autònoma de Barcelona, 1996. Disponible en:

<https://es.scribd.com/doc/69283191/Felix-Vazquez-Ac>.

- Verlatsky, Florenzia, y Sociedad Anónima *La Nación*, eds. *Manual de estilo y ética periodística*. 3. ed. Buenos Aires: Espasa, 1997.
- White, Hayden V. *El contenido de la forma: narrativa, discurso y representación histórica*. Barcelona: Paidós, 1992.
- Williams, Raymond. *Televisión: tecnología y forma cultural*. Buenos Aires [etc.: Paidós, 2011.
- Wolf, Mauro, Umberto Eco, y Carmen Artal. *La investigación de la comunicación de masas crítica y perspectivas*. Buenos Aires (Argentina): Paidós, 2004.
- Wolfe, Tom. *El nuevo periodismo*. Barcelona: Anagrama, 2012.
- Zanella, Gustavo. «Estrategias de financiamiento en las revistas independientes». En *Editar sin patrón: la experiencia política-profesional de las revistas culturales independientes*, editado por Daniel Badenes y Ana Carolina Arias, 318. La Plata (Argentina): Club Hem Editores, 2017.
- Zimmerman, Mario. «La crónica latinoamericana como espacio de resistencia al periodismo hegemónico.» Universidad Nacional de La Matanza, 2010. Disponible en: http://humanidades.unlam.edu.ar/descargas/4_A145.pdf

ANEXO

1. Listado de entrevistas realizadas

- Gustavo Alberto Zanella, ARECIA. Entrevista presencial, 6 agosto de 2016.
- Martín Ale, Jefe de Redacción *Anfibia*. 6 de agosto 2016.
- Matías Lapezzata, Secretario de Redacción de *Deodoro*, 15 de marzo 2016.
- Leandro Groshaus, editor-fundador *Islandia* 21 de marzo de 2016.
- Alfredo Hoffman, editor-fundador de *Telaraña Digital*, 30 de marzo de 2016.
- Diego Siciliano, editor-fundador de *Big Sur*, 16 de marzo de 2016.
- Agustina Grasso, editora-fundadora de *Escritura Crónica*, 4 abril de 2016.
- Agustín Marangoni, colaborador *Ajo*, 2016.
- Bruno Cirnigliaro, editor-fundador *Tucumán Zeta*, 2016.
- Charla virtual con Diego Aráoz, editor de fotografía, *Tucumán Zeta*. 2018.