

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de Tesis para optar el título de Doctor en Comunicación

**NUEVAS FUNCIONES DEL LECTOR/USUARIO E INTERACTIVIDAD EN LA
PRENSA DIGITAL COLOMBIANA: LOS CASOS DE *EL TIEMPO.COM*, *EL
ESPECTADOR.COM*, *SEMANA.COM* Y *LA SILLA VACIA.COM*, DURANTE LA
COYUNTURA ELECTORAL DE 2011**

AUTOR: ACEBEDO RESTREPO, Juan Carlos

DIRECTOR: LOPEZ, María Pía

La Plata, 2014

TESIS DOCTORAL

Nuevas funciones del lector/usuario e interactividad en la prensa digital colombiana: los casos de *eltiempo.com*, *el espectador.com*, *semana.com* y *la silla vacia.com*, durante la coyuntura electoral de 2011

Juan Carlos Acebedo Restrepo

Directora: María Pía López

**Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación
La Plata, Argentina**

A Mónica, con profundo amor y gratitud.

Agradecimientos

Como investigadores de la comunicación y la cultura, formamos parte de tramas institucionales y personales de las cuales dependemos en gran medida para contar con las condiciones materiales y emocionales que sirven de soporte y punto de partida indispensables para nuestros empeños intelectuales. Asimismo, nos nutrimos de diálogos e intercambios con otros investigadores que desde la altura de sus experiencias y saberes iluminan y alientan nuestras búsquedas. Este es el lugar para dejar una efímera huella del aporte recibido de algunas de esas personas e instituciones, ofreciendo excusas a quienes no alcanzo a mencionar en este recuento incompleto de solidaridades.

En primer lugar, debo dejar constancia del generoso apoyo y acompañamiento que me brindó la Doctora María Pía López, Directora de Tesis, a todo lo largo de mi trayectoria como doctorando. No solo conté con una lectora aguda y crítica de mis avances y borradores, sino con la posibilidad de participar en intercambios personales muy enriquecedores.

El doctor Martín Becerra, coordinador de los Talleres de Tesis del Doctorado, me hizo valiosos aportes en la fase de delimitación y formulación del tema/problema; asimismo, me nutrí de comentarios y estímulos de los demás profesores del Doctorado, entre los cuales es justo destacar al Doctor Luis Albornoz y a la profesora Silvia Delfino, quienes leyeron y comentaron la Tesis de Calificación que presenté en Noviembre de 2011 como avance parcial de mi investigación doctoral y me hicieron precisas recomendaciones para mejorar el segundo capítulo de esta tesis. El profesor Guillermo Orozco Gómez de la Universidad de Guadalajara, quien dirigió en 2009 un curso del Doctorado en Comunicación en la UNLP, me ofreció un marco de referencias teóricas sobre los estudios de recepción y audiencias en la era de la convergencia digital, que iluminaron eficazmente mis recorridos ulteriores en la elaboración de la investigación.

También conté con la generosidad y las iluminaciones de varios investigadores colombianos de la comunicación, que se interesaron por mi trabajo y apartaron un tiempo valioso en sus apretadas agendas para leer y comentar mis borradores, o simplemente para escuchar mis atisbos e incertidumbres. Entre ellos, los profesores y analistas del discurso Justo Morales y María Teresa Cortés, de la Universidad Surcolombiana, y la profesora Gladys Acosta, de la Universidad de Medellín. Asimismo, Maryluz Vallejo de la Pontificia Universidad Javeriana

y Fabio López de La Roche de la Universidad Nacional, destacados investigadores en el campo del periodismo y de la comunicación. Sus gestos de aprecio y los sentimientos de amistad que me une a cada uno de ellos, me ayudaron a mantener la confianza en los resultados finales de mi empeño en los momentos de fatiga o de confusión.

Para adelantar mis estudios de doctorado en la Facultad de Periodismo y Comunicación de la UNLP, conté asimismo con la colaboración y el apoyo de varios directivos universitarios de la Universidad Surcolombiana, donde laboro como docente de tiempo completo desde 1997. El profesor Efraín Hoyos, ex Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, me ofreció su respaldo eficaz para tramitar la Comisión de Estudios y para renovarla durante tres años y medio, entre agosto de 2009 y Febrero de 2013. El ex Rector Eduardo Pastrana Bonilla, apoyó con generosidad otra comisión de estudios por un lapso de tres meses en 2014, que empleé para finalizar y darle el cuerpo final a mi Tesis Doctoral. En este lapso final, el profesor Julián Vanegas me reemplazó con diligencia y solidaridad en el cargo de Decano de la Facultad, que ejerzo desde Septiembre de 2013. Mis colegas del Consejo de Programa de Comunicación Social y Periodismo, del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, de los Consejos Académico y Superior, renovaron cada año su confianza en la tarea de investigación y formación que adelanté en estos años.

En el plano afectivo y familiar, mi esposa Mónica Bonilla tuvo la fortaleza suficiente para sostener los pilares de nuestro hogar en Neiva y hacerse cargo en gran medida de la crianza de nuestros dos hijos, así como la paciencia y la comprensión para sobrellevar mis ausencias y ensimismamientos durante la realización de esta investigación. A ella dedico este texto con inmenso amor y gratitud. Por su parte, mi madre Angela Restrepo me acogió con generosidad y cariño en su casa de Medellín durante varios meses, en los cuales pude avanzar en la escritura de la tesis tomando alguna distancia geográfica de los asedios afectivos y los justos reclamos de atención de mis hijos. Tramas afectivas que nos sostienen mientras escrutamos los contornos de esas obsesiones que acompañan el inagotable afán de entender y comprender que anima a todo investigador.

INDICE

	Pág.
CAPITULO I. OBJETO DE ESTUDIO Y METODOLOGIA	1
1.1 Algunos rasgos sobresalientes de la campaña electoral de 2011	7
1.2 La selección de los cuatro medios del estudio	10
1.3 Enfoque metodológico y fases de la investigación	17
1.4 Los foros de los lectores en la prensa digital: revisión de literatura	21
CAPÍTULO II. HERRAMIENTAS Y MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN DE LOS LECTORES/USUARIOS EN CUATRO MEDIOS DIGITALES COLOMBIANOS	31
2.1 Aspectos teóricos	32
2.2 Metodología	34
2.3 Hacia una tipología de las herramientas de participación de los usuarios en la prensa digital colombiana	35
2.4 Articulación entre medios y redes sociales	43
2.5 Resultados del estudio de caso de cuatro medios digitales colombianos	48
2.5.1 El difícil tránsito de la redacción convergente a la redacción abierta: eltiempo.com	48
2.5.2 Un decano del periodismo impreso ante el vértigo del ciberespacio: elespectador.com	51
2.5.3 Del imperio de lo impreso al desafío de lo digital: el caso de semana.com	53
2.5.4 Una apuesta a fondo por el periodismo digital: el caso de <i>lasillavacia.com</i>	55
2.6 Atisbos e inferencias	57
CAPÍTULO III. <i>LO QUE HACEN LOS USUARIOS</i> : ACTOS DE HABLA, INSULTO POLÍTICO Y NUEVAS FUNCIONES DE LOS USUARIOS EN LOS FOROS DE LOS LECTORES	61
3.1 Aspectos metodológicos	62
3.2 La coyuntura electoral de octubre de 2011	70
3.3 Análisis de los foros de los lectores desde la perspectiva pragmática	76
3.3.1 Actos de habla en los foros de los lectores	76
3.3.2 Usos y abusos del insulto político y del argumento <i>ad personam</i> en los foros de los lectores	89
3.3.2.1 Insultabulario y culturas políticas	92
3.3.2.2 Evaluación de los insultos por parte de los usuarios y polarización política en los foros de los lectores.	97
3.3.2.3 Ataques a la imagen del ex presidente Alvaro Uribe Vélez	101
3.3.2.4 La clausura del foro del columnista Daniel Samper Pizano	105
3.3.2.5 Insultos dirigidos contra los adversarios del Uribismo.	108
3.4 El foro del lector: metáforas y contrato comunicativo	111
CAPÍTULO IV. DISPUTAS POR EL ETHOS, RETÓRICA DE LAS PASIONES Y ACTITUDES POLÍTICAS. APROXIMACIÓN ARGUMENTATIVA A LOS FOROS DE LOS LECTORES	121

	Pág.
4.1 El <i>Ethos</i> de los columnistas y el de los usuarios	121
4.1.1 Disputas por el <i>Ethos</i> del columnista en el foro	122
4.1.2 El <i>ethos</i> de los lectores/usuarios	128
4.2 El <i>Phatos</i> o la retórica de los afectos	144
4.2.1 Aspectos teóricos	144
4.2.2 Tipología de las emociones	147
4.2.2.1 Indignación y compasión.	147
4.2.2.2 Dios no necesita amigos.	150
4.2.2.3 Un retrato del “Señor del Miedo”.	153
4.2.2.4 El temor a las gentes movilizadas en las calles	155
4.3 Actitudes de los lectores ante la diferencia de opinión, la violencia y el conflicto	157
4.3.1. Actitudes ante las diferencias de opinión	158
4.3.2. Actitudes ante la Violencia	166
4.3.3. Actitudes ante el conflicto	172
4.4 ¿Persuadir al otro o negociar la distancia y la identidad?: Una digresión sobre la retórica contemporánea	175
4.5 El comentario del lector como nuevo género discursivo	177
4.5.1 Rasgos comunes del comentario del lector	179
4.5.2 El foro del lector como mixtura de matrices culturales diversas	180
4.5.3 Los usuarios toman posición en el ciberespacio	182
 CAPÍTULO V. REFLEXIONES FINALES	 184
5.1 Algunas coordenadas de las mutaciones comunicacionales en la era de la convergencia cultural y la cibercultura	184
5.2 Los espacios de participación de los usuarios en la prensa digital: cruce de caminos	186
5.3 Las nuevas funciones del lector/usuario: producir, compartir y cultivar el <i>self</i>	189
5.4 La configuración y ajuste de las identidades culturales y políticas como nodo articulador de las nuevas funciones de los lectores/usuarios	192
5.5 El foro de los lectores de la prensa digital: ¿consenso racional o disputa simbólica por la hegemonía y la construcción de las identidades?	195
5.6 El comentario del lector: nuevo género discursivo de los usuarios	199
5.7 Digresión sobre las nuevas funciones de la retórica contemporánea	200

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Interacción del lector con los contenidos digitales	38
Cuadro 2. Interacción del lector/usuario con otros sujetos	40
Cuadro 3. Modalidades de participación de usuarios a partir de recursos audiovisuales, multimedia e hipervínculos	43
Cuadro 4. Cronología de la presencia en redes sociales de cuatro medios digitales colombianos	45
Cuadro 5. Selección de los foros de los lectores y del corpus de comentarios	66

CAPITULO I. OBJETO DE ESTUDIO Y METODOLOGIA

Es notoria la emergencia de una franja de los lectores/usuarios que en forma creciente se está apoyando en los espacios y dispositivos de participación que proveen los medios de prensa en la Web, para realizar novedosas funciones como las de comentar una columna de opinión, participar con su opinión escrita en un foro virtual en el que polemiza con otros lectores, o en un sondeo, alimentar un blog personal, copiar, imprimir, calificar o contribuir a la difusión de un texto a través de las redes sociales, etc.

Mientras navega por la sección de opinión de un diario digital, al internauta se le ofrece un mosaico de posibilidades de lectura, pero también de alternativas de interacción con el autor, el medio y otros usuarios. Como subraya Cabrera Paz (2009, 263): “las tecnologías de la comunicación crean mayores oportunidades expresivas para sujetos cada vez más ávidos de ponerse en contacto con otros”. Si lee a un columnista de sus predilecciones, la pantalla lo invita a calificar la calidad del texto, a copiarlo, imprimirlo, compartirlo con un amigo a través del mail, llevarlo al Facebook, Twitter u otras redes sociales, y al mismo tiempo a escribir un comentario en el foro que aparecerá a la vista del autor y los demás lectores de la columna bajo su respectivo nombre de usuario.

Habitualmente, el lector/usuario no sólo lee la columna de opinión sino algunos o muchos de los comentarios que otros lectores han dejado registrados en el foro o en las redes sociales, en una secuencia a veces interminable de reacciones y respuestas de los lectores, cuya cantidad y vivacidad muchas veces dan cuenta de los múltiples modos como fue leído el texto y como fue interpretado con base en perspectivas diferenciadas. El examen sistemático de este profuso material nos permitiría conocer *lo que hacen* esos lectores con el texto: aplaudirlo, condenarlo, contaminarlo con sus propias ideas y percepciones, sacar sus propias conclusiones, hacer llamados a la acción, a menudo injuriar al autor de manera impune y cazar peleas y discordias con otros participantes del foro virtual, o bien, en ocasiones, polemizar con argumentos persuasivos.

Ahora bien, el lector de una columna o de una sección de opinión de un diario digital, tiene a su disposición respecto a los temas e informaciones que despiertan su interés, no sólo textos de opinión, sino noticias, entrevistas, videos, fotografías, audios, especiales multimedia, y puede -si dispone de tiempo, acceso a Internet y curiosidad- comparar los

materiales informativos y de opinión que le ofrecen no sólo uno sino varios medios del país, de la región, e incluso internacionales. Lo anterior contrasta con la situación del lector habitual de la prensa gráfica, quien por razones básicamente económicas y de accesibilidad dispone de un solo periódico para seguir los temas de actualidad- son proporcionalmente pocas las personas que tienen suscripción a varios medios impresos al mismo tiempo-, si bien puede comparar sus contenidos y enfoques con telenoticieros o informativos radiales.

En el presente estudio examinaremos el modo como ciertas prácticas comunicativas más o menos arraigadas entre los cibernautas durante los últimos dos o tres lustros, tales como sus intervenciones en los foros de los lectores y otros espacios de participación habilitados por los medios para sus audiencias-, a la vez que ponen en evidencia mutaciones claves en nuestro ecosistema comunicativo y mediático, revelan transformaciones culturales sustantivas que están erosionando a ritmo acelerado el tradicional *contrato de lectura* entre los medios y sus audiencias y reconfigurando en un nuevo mapa esas interacciones.

Dichas transformaciones tienen que ver, por un lado, con la *figura del lector* que se va desplazando de la condición de simple consumidor de contenidos mediáticos, a la de productor y divulgador de sus propios mensajes en el entorno comunicativo. Como sostiene Verón¹(2012, p.14), toda la *dinámica de la circulación* de los contenidos mediáticos se ve interferida y modificada por la emergencia de estos sujetos/lectores que cada día cumplen un rol más activo en esta dimensión clave de los procesos de comunicación, en tanto usuarios activos de Internet y de las tecnologías de comunicación digital interactivas.

En su estudio sobre la prensa digital argentina, Natalia Raimondo (2012) identifica un desencuentro entre las lógicas del medio de prensa digital y las lógicas de sus usuarios, en lo que se refiere a los usos y modos de intervenir en los espacios de participación habilitados por aquellos medios, en particular, en el espacio del foro del lector. Esta disonancia no es exclusiva del país austral, sino que ha sido documentada en otros países del orbe.

La ideología y la concepción liberal del periodismo siempre proclamó que la razón de ser de sus empeños informativos era el servicio a los lectores- entendidos como ciudadanos pertenecientes a una democracia liberal-, a quienes aspiraba a proporcionarles los insumos suficientes para que pudieran participar con conocimiento de causa en la deliberación pública y en la toma de decisiones sobre lo que mejor conviene a la sociedad.

¹ “... la WWW comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación. Esa mutación va a tener después múltiples consecuencias y va a afectar progresivamente, a través de bucles retroactivos, muchos otros aspectos de la mediatización”: Eliseo Verón.

Mientras las audiencias se manifestaron básicamente a través del género de la *carta de los lectores* y de la sección correspondiente, su voz pudo ser integrada sin traumatismos a las rutinas de la producción periodística. Pero en nuestro tiempo, apoyándose en las oportunidades que les brindan los espacios de participación de la prensa *on line*, los lectores más activos y dispuestos han desbordado los límites de la carta comedida y respetuosa al director del diario, y han ocupado los espacios del foro digital (así como la blogosfera, las redes sociales, etc.) con su propio discurso.

Editores y columnistas de los medios no han ocultado su asombro, sus incertidumbres y a menudo también su hartazgo frente a la emergencia abrupta de esa *otra discursividad* de los usuarios en la superficie de los sitios Web que administran o alimentan de contenidos; no pocos columnistas han exigido a los medios en los que publican sus textos que deshabiliten el foro de los lectores asociado a su columna. Los debates y experimentos acerca de cómo encauzar y disciplinar los foros son frecuentes y parecen no arribar a conclusiones satisfactorias (Franco, 2009; Offitser, 2014)

Las investigaciones académicas sobre este problema en Colombia están en una fase todavía inicial, que sin embargo revela el interés que algunos autores han puesto en su esclarecimiento. Tanto Llano (2005) como Zúñiga y Duque (2009) estudiaron la interactividad en medios digitales colombianos y coincidieron en caracterizar un bajo aprovechamiento de sus propiedades en su relación con los usuarios. Zúñiga y Duque señalaron que la apertura de los espacios de participación en *eltiempo.com* y *elpais.com* obedeció a estrategias de mercadeo y no a la existencia de un proyecto orientado a replantear la relación tradicional con los usuarios en la producción informativa.

Otras investigadoras colombianas se han interesado por lo que ocurre dentro de los foros de los lectores. Gladys Acosta (2012) auscultó los foros de los lectores de *elespectador.com* vinculados a ciertas noticias sobre la guerra y la paz en Colombia, y caracterizó a la comunicación que tiene lugar en tales foros como *paranoica e histérica*, muy distante del modelo del diálogo racional. Por su parte, Montaña *et.al* (2012) exploraron las dimensiones del *ciberodio* en los foros de las noticias relacionadas con la ex senadora Piedad Córdoba y encontraron que un alto porcentaje de los comentarios en los foros apelan al insulto y al ultraje.

Más adelante, daré cuenta de otras investigaciones realizadas en Iberoamérica y en países anglosajones relacionadas con el problema de los foros y comentarios de los lectores y de los espacios de participación de los usuarios en la prensa digital².

Los trabajos reseñados para el caso colombiano, aunque esporádicos y poco numerosos, dan cuenta de un interés de los investigadores de la comunicación por la problemática asociada con la intervención productiva de los usuarios en los sitios Web informativos. Coinciden a su vez en describir un uso todavía restringido de las herramientas de participación de usuarios por parte de los medios digitales. Se advierte, en todo caso, la posibilidad de ahondar de modo sistemático en el estudio de la producción discursiva de los usuarios a través de los foros de los lectores, para intentar conocer de mejor manera tanto las cultura políticas que exteriorizan los lectores por medio de sus comentarios, así como las nuevas funciones y roles que empiezan a cumplir en la medida en que se apropian creativamente de los dispositivos habilitados por los medios para la participación de los usuarios. Asimismo, la aparición de las llamadas *redes sociales* y su articulación progresiva con los sitios Web periodísticos colombianos a partir de los años 2008 y 2009, es un fenómeno relevante que está dinamizando y ampliando los espacios de participación y producción discursiva de los usuarios.

En el anterior orden de ideas, nos propusimos ofrecer respuestas plausibles a la siguiente **pregunta central de investigación:**

¿Qué nuevas funciones de los lectores/usuarios se revelan a partir del estudio de los foros, los comentarios *on line* de los lectores y otras actividades que estos realizaron a través de los espacios de participación habilitados por *eltiempo.com*, *elespectador.com*, *semana.com*, y *lasillavacia.com*, durante las elecciones locales y regionales colombianas de Octubre de 2011?

A partir del anterior interrogante central, nos propusimos alcanzar los siguientes *objetivos específicos*: describir y comparar los modos como se configuraban en 2011 los espacios y modalidades de participación de los lectores en los cuatro medios digitales colombianos seleccionados; examinar las nuevas funciones *del lector/usuario* a partir del estudio de los foros y los comentarios *on line* que estos produjeron en las secciones de participación de los lectores de las columnas de opinión; y establecer los rasgos distintivos de los foros como espacios de participación y de los comentarios *on-line* de los lectores en tanto

² A partir de la página 31, en este mismo capítulo de Introducción, ver la revisión de literatura internacional sobre los foros de los lectores de la prensa digital.

género textual.

La cuestión acerca de las nuevas funciones del lector/usuario, nos pone de cara a la *actividad del lector* como sujeto social- no como una mónada aislada- que realiza acciones, más o menos intencionales, entendiendo el *hacer* en una dimensión amplia, que incluye la dimensión pragmática del discurso (*lo que hace* al pronunciar un enunciado), tanto como aquello que hace en un sentido práctico, operativo y tangible (v.gr: utilizar unas interfaces comunicativas de un modo o de otro modo, para lograr ciertos efectos o resultados).

La pregunta central de nuestra investigación revela una doble dimensión del objeto: por un lado, el *lector como productor de contenidos textuales* en el espacio del foro del lector, en particular del género denominado comentario *on line*; del otro lado, el usuario que realiza una serie de *funciones y actividades no textuales o no discursivas*, relacionadas con el aprovechamiento de los espacios de participación que proveen los medios y con los usos de la interactividad que los caracterizan. Nuestra pesquisa se ocupará ante todo de los nuevos roles del lector/usuario en tanto productor de sus propios textos y contenidos mediáticos, sin perder de vista de un modo general otras dimensiones de la labor del lector.

En este orden de ideas, la realización de un análisis discursivo de los comentarios *on line* de los lectores de las columnas de opinión y de los intercambios que tienen lugar en el espacio de los foros virtuales, podría arrojar luces sobre las nuevas funciones que asumen los lectores de la prensa digital y los modos como elaboran sus identidades políticas en el ciberespacio.

Una dificultad a encarar es la caracterización de tales comentarios *on line* desde el punto de vista de su pertenencia a un tipo de género textual: no tienen la formalidad y estructura de una típica “carta de los lectores” y por tanto no forman parte del género epistolar, ni tampoco son artículos de opinión en sentido estricto (aunque algunos pocos se acercan a esa tipología).

En el presente estudio se reflexiona sobre las mutaciones contemporáneas en la *figura del lector* que deviene *usuario* de la prensa digital, a partir de episodios de la coyuntura electoral colombiana de 2011- en la cual se eligieron alcaldes y gobernadores, así como concejales y diputados en todo el país-, que dieron lugar a la participación de los lectores con sus comentarios *on line* a las columnas de opinión en destacados medios digitales colombianos.

Se postula la *hipótesis* de que los espacios de participación de los lectores habilitados por los medios digitales, no solo contribuyen a diversificar y potenciar las funciones del

lector/usuario, sino que dan lugar a nuevos escenarios y espacios mediatizados de la esfera pública política, en los que los lectores buscan y configuran de modo participativo sus identidades políticas, a la par que ejercen otros modos emergentes de ciudadanía.

Al seleccionar la coyuntura política de las elecciones locales y regionales de Octubre de 2011 en Colombia, se tuvieron en cuenta en primer lugar algunos requerimientos de tipo metodológico. Como se proponía –entre otras labores- realizar un análisis discursivo de los comentarios de los lectores en cuatro sitios Web, era conveniente evitar la dispersión de los acontecimientos que iban a servir de referente contextual o punto de partida para la elaboración de los textos por parte de columnistas y lectores/usuarios. Al ocuparnos por elección propia de un entramado más o menos coherente de actores, hechos políticos y discursos textuales – organizados en torno al eje narrativo y argumentativo de la campaña electoral- podíamos apoyarnos analíticamente en unos elementos comunes del contexto político y a partir de ellos examinar los posicionamientos diferenciados de los variados actores políticos, así como de los propios columnistas y de los usuarios/lectores que intervenían con sus comentarios en el foro. Al mismo tiempo, podíamos estudiar la evolución de los intercambios discursivos de los hablantes en relación con las diversas fases de la campaña electoral.

Adicionalmente, consideraciones técnicas aconsejaban seleccionar una coyuntura noticiosa y de opinión que tuviera una duración de varias semanas, de tal modo que fuera factible registrar y recopilar un volumen suficiente y variado de los foros de los lectores, lo cual debía hacerse en forma *sincrónica*, pues algunos medios solo permitían el acceso al archivo de los foros hasta un mes después de iniciado el respectivo intercambio. Transcurrido ese tiempo ya era virtualmente imposible hacer registros de esas intervenciones de los usuarios.³

Otra razón que motivó la elección de la coyuntura electoral referida, tuvo que ver con el propósito de explorar una hipótesis inicial acerca de la posibilidad de aprovechar el riquísimo material textual y discursivo de los foros de los lectores, para estudiar la relación

³ Los tiempos de accesibilidad de los foros de los lectores en el archivo de cada medio, para obtener el registro respectivo para nuestro estudio, fueron muy variables. En el caso de *eltiempo.com* el lapso de acceso fue solo de un mes. Por su parte, *elespectador.com* permitió el acceso a los foros por tres meses y *semana.com* por un lapso de cinco meses, aproximadamente. Transcurridos esos plazos en cada medio, ya no era posible -desde afuera del medio- obtener los registros completos de los foros de los lectores. Estas circunstancias de tipo técnico me impidieron obtener registros más o menos amplios y suficientes de los foros durante la coyuntura electoral de 2010, como era mi propósito inicial; tomando las precauciones necesarias, me dispuse entonces a recopilar los registros de la coyuntura del 2011, durante varios meses, con el apoyo de Hernando Flórez, mi auxiliar de investigación en esta fase, aunque finalmente opté por analizar una muestra de seis semanas contiguas a las elecciones del 31 de octubre de 2011.

entre comentarios *on line* y culturas políticas de los usuarios. Más allá de la constatación empírica de que los usuarios a menudo sobrepasaban las normas de participación establecidas por el sitio Web, e incurrían en prácticas discursivas problemáticas como la proliferación de insultos y ataques personales, era preciso examinar esa *otra discursividad* de los usuarios con categorías y parámetros más amplios y potentes que los de la corrección idiomática o la de los buenos modales.

1.1 Algunos rasgos sobresalientes de la campaña electoral de 2011

Para comprender algunos de los rasgos más sobresalientes de la coyuntura electoral de octubre de 2011, tenemos que remontarnos a sus antecedentes mediatos e inmediatos. Tras ocho años de controvertido mandato y de un intento fallido de reforma constitucional para habilitarse como aspirante a una segunda reelección, Alvaro Uribe Vélez dejó de mala gana la Casa de Nariño y ungió como heredero de su legado y aspirante a la primera magistratura del Estado a su Ministro de Defensa Juan Manuel Santos, luego de vacilar entre varios posibles nombres. Uno de los más cercanos a su talante y a sus intereses, el ex ministro de Agricultura Andrés Felipe Arias, terminó envuelto en un largo proceso judicial⁴ como presunto responsable de graves irregularidades al otorgar millonarios subsidios del programa Agro Ingreso Seguro a ricos hacendados que formaban parte de las bases sociales de apoyo del Uribismo.

No fue este el único escándalo que estremeció al gobierno de Uribe Vélez; de hecho, varios de sus más cercanos colaboradores fueron involucrados en investigaciones judiciales durante la fase final de su mandato o en los meses posteriores a la finalización de su periodo presidencial. Uno de los casos de mayor notoriedad fue conocido como el “escándalo de las chuzadas”, en el que la justicia pudo establecer con certeza que al menos dos directores del DAS del gobierno Uribe y varios altos directivos de este organismo de inteligencia, dependiente de la Presidencia de la República, habían realizado interceptaciones ilegales de teléfonos de magistrados de la Corte Suprema de Justicia, de periodistas críticos del gobierno

⁴ En Junio de 2014, luego de un proceso judicial que duró mas de dos años, la Sala Penal de la Corte Suprema de Justicia declaró culpable al ex Ministro de Agricultura Andrés Felipe Arias de varios delitos en el marco del escándalo de Agro Ingreso Seguro, entre ellos: peculado por apropiación a favor de terceros y celebración indebida de contratos sin cumplimiento de requisitos legales. Arias deberá pagar una pena de cárcel que todavía no ha sido establecida la Corte. Por los mismos hechos, en 2011 la Procuraduría General lo destituyó e inhabilitó por 16 años para ocupar cargos públicos.

y de líderes de la oposición de izquierda. La justicia abrió investigaciones formales contra Bernardo Moreno, Secretario Privado de la Presidencia y contra María del Pilar Hurtado, ex directora del Das, quien huyó del país y obtuvo asilo político en Panamá, con la activa colaboración del ex presidente Uribe, quien medió ante el presidente Martineli para ponerla fuera del alcance de la justicia. En el entretanto, la Comisión de Acusaciones de la Cámara de Representantes, única instancia competente para investigar penalmente al Presidente de la República, acumuló más de doscientas solicitudes de investigación contra el ex presidente Uribe, que duermen morosamente en los archivos de esa inoperante célula legislativa.

En la campaña electoral de 2010 el candidato uribista Juan Manuel Santos, obtuvo una victoria contundente en segunda vuelta contra el ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus, del Partido Verde, quien consiguió pasar a la segunda vuelta con una importante votación, luego de propiciar un amplio movimiento de apoyo entre los jóvenes urbanos y en las redes sociales conocido como la Ola Verde. Otros aspirantes a la presidencia en 2010 que no pasaron a segunda vuelta fueron Gustavo Petro por el Polo Democrático, Rafael Pardo por el Partido Liberal y Nohemí Sanín por el Partido Conservador.

El ex presidente Uribe, tras abandonar la Casa de Nariño y dejar la presidencia en manos de Juan Manuel Santos en Agosto de 2010, se negó a dejar su lugar como protagonista cotidiano de la escena política colombiana. A través de su cuenta en Twitter siguió paso a paso las actuaciones de su sucesor, y no disimuló su contrariedad con algunas de las decisiones de Santos que demarcaron terrenos con relación a las pautas legadas por el propio Uribe. El pronto restablecimiento de relaciones con el presidente Hugo Chávez de Venezuela y con el presidente Rafael Correa del Ecuador, la distensión del clima con las altas Cortes de Justicia del país, la alianza forjada después de las elecciones de 2010 con el Partido Liberal y sus líderes Rafael Pardo y Cesar Gaviria – que habían hecho oposición al gobierno de Uribe-, así como la decisión de integrar el primer gabinete santista con algunos líderes abiertamente críticos de Uribe como el propio Rafael Pardo y el conservador Juan Camilo Restrepo, fueron algunas de las decisiones que atizaron la controversia entre Uribe y Santos y que dieron lugar a un progresivo distanciamiento político que, sin embargo, no se formalizó sino después de las elecciones de Octubre de 2011.

Santos mantuvo una ofensiva militar contra las Farc que le permitió abatir a Jorge Briceño, más conocido como El Mono Jojoy, connotado miembro del Secretariado del grupo alzado en armas, y posteriormente a Alfonso Cano, máximo comandante de las Farc, quien

venía explorando con ahínco las posibilidades de iniciar conversaciones de paz con el nuevo gobierno. Pocos meses después de estos duros golpes a la dirigencia insurgente, se establecieron contactos y conversaciones discretas entre el gobierno Santos y la guerrilla de las Farc, que luego formalizaron un acuerdo para iniciar un proceso de negociaciones conducentes al fin del conflicto armado, las cuales se están llevando a cabo en La Habana, Cuba, desde Octubre de 2012.

Así las cosas, durante la campaña electoral de 2011 para elegir alcaldes, gobernadores, concejales y diputados en los municipios y departamentos del país, se agudizaron las tensiones al seno del Partido de la U entre los partidarios de Uribe y de Santos. El ex presidente Uribe se involucró de modo activo en la selección de candidatos del Partido de la U a los cargos de elección popular, participó en numerosos actos de campaña, pero no obtuvo los resultados que esperaba pues no logró transferir o endosar a sus apadrinados el respaldo de la franja del electorado que seguía siendo leal a su nombre. La derrota de sus candidatos en ciudades estratégicas como Bogotá, Medellín y Barranquilla, así como en varias gobernaciones de la Costa Atlántica y de Antioquia, mostraron los límites de su poderío electoral y lo llevaron a la conclusión de que debía reorganizar las huestes uribistas por fuera del Partido de la U, que para ese momento ya estaba bajo el control mayoritario del presidente Santos y sus amigos en el parlamento.

Así nació el proyecto de crear el llamado Centro Democrático, un nuevo partido que agruparía a los seguidores del ex presidente Uribe, el cual se fundó en enero de 2013 con una plataforma política de oposición abierta al gobierno de Santos y enarbolando la bandera del retorno al poder del uribismo, tras lo que fue calificado como la “traición” de Santos. Al frente de su nuevo partido, Uribe Vélez encabezó una sistemática oposición a los avances en las conversaciones de paz entre el gobierno y las Farc en La Habana. Asimismo, intentó torpedear algunas de las iniciativas legislativas de la bancada oficialista, tales como el Marco para la Paz, la llamada Ley de Víctimas y la Ley de Restitución de Tierras.

En la coyuntura electoral de 2011 la disputa política por la Alcaldía Mayor de Bogotá adquirió una relevancia de tipo nacional y fue objeto de un intenso cubrimiento mediático. Las elecciones locales en la capital del país estuvieron precedidas por el escándalo de corrupción llamado el “carrusel de la contratación”, en el que resultaron seriamente implicados el entonces Alcalde de la Ciudad Samuel Moreno Rojas y su hermano, el senador Iván Moreno Rojas, ambos pertenecientes al Polo Democrático Alternativo, así como

numerosos funcionarios de la administración municipal y el tristemente célebre Grupo Nule, consorcio privado que se dedicaba a la construcción de obras públicas de grandes dimensiones.

Gustavo Petro Urrego obtuvo la victoria en las elecciones para la alcaldía de Bogotá en Octubre de 2011 a nombre del movimiento Progresistas, que fundó poco antes de los comicios y luego romper con el Polo Democrático Alternativo, partido de izquierda en el que había militado durante más de diez años. Sin embargo, la alcaldía de Petro se enfrentó desde el inicio con poderosos adversarios políticos, que incluso consiguieron que fuera destituido temporalmente de su cargo durante algunas semanas en los primeros meses de 2014. Al respecto ahondaremos en el segundo capítulo de esta investigación⁵.

1.2 La selección de los cuatro medios del estudio

Para llevar a cabo la presente investigación, se escogieron cuatro medios periodísticos digitales de cobertura nacional. Tres de ellos, a saber: *eltiempo.com*, *elespectador.com* y *semana.com*, son medios de referencia con arraigo y tradición en la prensa escrita, que ocupan los primeros lugares en número de lectores tanto en su versión impresa como digital. Nacidos en el ambiente de las imprentas y de las rotativas, dieron el paso al ciberespacio en la década de los noventa del siglo anterior, sin abandonar ni descuidar la edición impresa como principal referente de la marca periodística y eje central de su modelo de negocios.

Los portales digitales de los dos más importantes periódicos de referencia o “interés general” de la prensa colombiana, desde el punto de vista del número de lectores⁶, son *eltiempo.com* y *elespectador.com*. Editados en la capital del país, ambos medios cuentan con una larga tradición en la prensa gráfica: *El Espectador* conmemoró en 2012 sus 125 años de fundación, mientras que *El Tiempo* celebró su primer centenario en 2011, y mediante su sitio

⁵ Ver el apartado 2 del segundo capítulo, titulado “La coyuntura electoral de 2011”, páginas 99 a 109.

⁶ Según el reporte del Estudio General de Medios del periodo abril/junio de 2012, basado en una metodología de encuestas a los lectores, ante la pregunta **¿Qué periódico ha leído en el último mes?, *El Tiempo* ocupó un indiscutido primer lugar con 4'871.173 de lectores, seguido por *El Espectador*, con 1'852.543; *El Colombiano*, con 818.190, y *El País*, con 745.063.** En la categoría de portales informativos en soporte digital, *eltiempo.com* tiene el liderazgo con 1.450.042 visitantes semanales declarados en el país, seguido de *elespectador.com* con 872.341 visitantes. Ver: “Estudio ubica a El Tiempo como líder absoluto de audiencias”, *eltiempo.com*, 12 de agosto de 2012, http://www.eltiempo.com/gente/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12121621.html (recuperado 13 de octubre de 2012).

web *eltiempo.com* se constituyó en el primer medio colombiano que incursionó- en enero de 1996- en el soporte y los lenguajes digitales⁷.

Por su parte, *lasillavacia.com* es un medio nativo digital fundado en 2009, con una apuesta fuerte por el aprovechamiento de los lenguajes y recursos digitales, y especializado en el cubrimiento y análisis de la política colombiana. Pese a su condición de *medio de nicho* y no de carácter masivo como los demás medios de la muestra, la comparación entre *lasillavacia.com* y los otros tres medios, permite subrayar ciertos contrastes y examinar con más tino el juego de posibilidades y restricciones autoimpuestas que distingue a las prácticas de los medios comerciales pertenecientes a empresas con una trayectoria consolidada en la prensa gráfica o en soporte de papel. *Lasillavacia.com* ha sido una especie de laboratorio de experimentación de las propiedades y potencialidades del periodismo digital, que ha jalado algunos avances en el conjunto de los medios digitales colombianos. Durante las elecciones presidenciales de 2010, sirvió de canal de expresión de la llamada Ola Verde.

Según la encuesta anual de la empresa Cifras y Conceptos realizada con los principales líderes de opinión colombianos, los cuatro medios figuran entre los más influyentes en este sector de la población.

Antes de adentrarnos en una descripción sucinta de la metodología utilizada en esta investigación, conviene detenernos un poco en los antecedentes históricos de los medios seleccionados y en las características de las empresas mediáticas que les sirven de soporte.

El Tiempo

El Tiempo es un periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo, quien apoyaba a la Unión Republicana, una fugaz coalición política que sirvió de soporte al gobierno de Carlos E. Restrepo (1910-1914). En julio de 1913 Villegas le vendió el diario a Eduardo Santos Montejó, columnista habitual del periódico y funcionario del Ministerio de Relaciones Exteriores. Tras la desaparición de la Unión Republicana, Santos vinculó progresivamente el periódico con el Partido Liberal⁸, que en esos años estaba en la oposición al Partido Conservador. En 1930, y luego de cuatro décadas de hegemonía conservadora en el gobierno, llegó al poder el liberal Enrique Olaya Herrera, quien durante su

⁷ Según José A. Sánchez, Subeditor de *eltiempo.com*, durante 2010 dicho portal registró 6 millones de usuarios únicos por mes; en mayo de 2011 el portal superó los 8 millones de usuarios únicos mensuales. Según Leonardo Gutiérrez, Editor Multimedia de *elespectador.com*, en septiembre de 2011 este sitio web contaba con 4 millones de usuarios únicos al mes, un incremento significativo si se tiene en cuenta que tan solo en 2008, el portal registraba solo 200 mil usuarios únicos al mes. Los anteriores datos fueron suministrados por los editores en entrevistas concedidas al autor de este artículo y a Neyder Salazar, auxiliar de investigación, el 21 y el 22 de septiembre de 2011, respectivamente, en las sedes de los mencionados medios de prensa en Bogotá.

⁸ En 1921 el diario *El Tiempo* proclamó su adhesión al ideario del partido liberal.

campaña contó con Eduardo Santos como Jefe de Debate. Durante la serie de cuatro gobiernos liberales que empezó en 1930, *El Tiempo* consolidó su influencia en la opinión de la clase dirigente colombiana. Eduardo Santos Montejó fue Presidente de Colombia en el lapso 1938-1942, y al finalizar su mandato retornó al periódico en su calidad de “Director-Propietario” hasta su muerte en 1974⁹.

Con la censura de prensa instaurada en forma abierta por la dictadura de Gustavo Rojas Pinilla contra *El Tiempo* y *El Espectador*, Eduardo Santos decidió fundar en 1956 la Casa Editorial El Tiempo (CETT), distribuyendo las acciones entre varios miembros de su familia y algunos funcionarios de confianza, como soporte empresarial para utilizar las instalaciones, equipos y personal de *El Tiempo* en la edición de un periódico llamado *Intermedio*, que venía a reemplazar provisionalmente al periódico proscrito. Tras la caída de Rojas Pinilla, *El Tiempo* reapareció el 8 de junio de 1957, como abanderado del llamado Frente Nacional, un pacto firmado por Laureano Gómez y Alberto Lleras Camargo en Benidorm y Stiges, que consistía en la alternancia en el poder de los partidos Liberal y Conservador por un lapso de 16 años- con la exclusión de los demás partidos y tendencias políticas- , como condición para poner fin a la guerra civil no declarada entre ambos partidos conocida como La Violencia.¹⁰

En la actualidad, La Casa Editorial El Tiempo (CEET) es una empresa de multimedios, la de mayor envergadura en Colombia, que integra los siguientes medios y plataformas: *El Tiempo* (diario impreso); *eltiempo.com*¹¹; *CityTV*¹² (Canal local de televisión en Bogotá); *Canal El Tiempo*¹³; Portafolio; Revista *Motor*; Revista *Don Juan*, Revista *Credencial*, Revista *Enter* y una serie de periódicos regionales como *Tolima 7 días* y otros, así como inversiones en otras empresas del ámbito de la edición de libros y del entretenimiento. A partir de Agosto de 2007, el grupo empresarial español Planeta adquirió el 55% de las

⁹ Sus sobrinos Hernando Santos y Enrique Santos Castillo asumieron la dirección del periódico desde 1974, y tras la muerte del primero actuaron como codirectores Enrique Santos Calderón y Rafael Santos, hasta la venta de la mayoría de las acciones por parte de la familia Santos al Grupo Planeta, en 2007. Desde entonces, Roberto Pombo funge como director del periódico, y fue ratificado tras la adquisición de la Casa Editorial por parte del Grupo Aval.

¹⁰ El Tiempo (periódico). (2014, 10 de mayo). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 15:17, mayo 23, 2014 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=El_Tiempo\(peri%C3%B3dico\)&oldid=74309571](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=El_Tiempo(peri%C3%B3dico)&oldid=74309571)>.

¹¹ El portal de *eltiempo.com* fue el primer sitio web de noticias en el país (se creó el 22 de enero de 1996).

¹² El Canal de televisión local Ciytv se inauguró en febrero de 1999.

¹³ El Canal El Tiempo inició emisiones el 5 de octubre de 2010; transmite información de manera continua, las 24 horas.

acciones de la CETT que hasta ese momento era propiedad mayoritaria de la influyente familia Santos- tronco familiar del que forman parte el ex presidente Eduardo Santos y el actual presidente Juan Manuel Santos, entre otros-, quienes permanecieron como socios minoritarios. El grupo financiero colombiano que lidera Luis Carlos Sarmiento Angulo (Grupo Aval), que ya tenía el 33 % de las acciones de la CEET, adquirió en Abril de 2012 las acciones del Grupo Planeta en la CEET, con lo cual pasó a controlar el 88% del conglomerado mediático. Pocos meses después compró la participación accionaria de la familia Santos y Abdón Espinosa V., quedando como único dueño de la Casa Editorial (Wikipedia, 2014).

El Espectador

Fundado en 1887 por don Fidel Cano Gutiérrez en la ciudad de Medellín, *El Espectador* es el diario más antiguo de Colombia entre los que actualmente están en circulación, y sin duda uno de los más influyentes. Perteneció a la familia Cano por algo más de un siglo, hasta que -en medio de una crisis económica profunda- el 12 de noviembre de 1997 la familia vendió la mayoría de sus acciones en la empresa Comunican S.A. al Grupo Industrial Bavaria, del fallecido industrial Julio Mario Santo Domingo, hoy conocido como Grupo Valorem, que es propietario de otros medios de comunicación como Caracol T.V, revista Cromos, Blue Radio, entre otras, y tiene inversiones en el sector de la cerveza y del transporte aéreo (Bavaria, Avianca, etc).

En sus orígenes *El Espectador* hizo frente desde el punto de vista liberal a la llamada Regeneración Conservadora en el poder, lo que le acarreó la censura gubernamental en sucesivas oportunidades (1887, 1888, 1893, 1896). El obispo de Medellín Bernardo Herrera Restrepo prohibió a los fieles católicos leer *El Espectador* en esos años. Su director fue a dar con sus huesos a la cárcel en varias oportunidades y debió pagar onerosas multas. Durante la llamada Guerra de los Mil Días (1899-1903) el periódico suspendió por completo sus actividades.

Al comenzar el siglo veinte afrontó nuevos episodios de censura y adoptó el lema: “*El Espectador* trabajará en bien de la patria con criterio liberal y en bien de los principios liberales con criterio patriótico”, que lo distinguió a todo lo largo de la centuria. A partir de 1915 (y hasta 1923) se publicó simultáneamente en Medellín y Bogotá. Luego centralizó su publicación en la capital del país.

Acosado por las presiones económicas y la censura de la dictadura del General Rojas Pinilla, el periódico suspendió temporalmente la circulación a partir del 6 de enero de 1956. En su reemplazo, surgió *El Independiente* que circuló – con algunas interrupciones- hasta el 1 de junio de 1958, fecha en la que se reanudó la edición de *El Espectador*, tras la caída del Dictador.

El 17 de diciembre de 1986, sicarios a las órdenes del narcotraficante Pablo Escobar Gaviria, asesinaron a don Guillermo Cano Isaza, Director del periódico desde 1958. El 2 de Septiembre de 1989, un carro bomba destruyó buena parte de las instalaciones de *El Espectador* en la Avenida 68 de Bogotá. De este modo los carteles de la mafia respondieron a la ineludible posición editorial del periódico en contra de la corrupción y la criminalidad promovida por los narcotraficantes. Juan Guillermo Cano y Fernando Cano asumieron la dirección del periódico tras el asesinato de su padre, entre 1986 y 1997.

Desde el 2 de septiembre de 2001 el diario pasó a ser un semanario que circulaba los sábados, aunque con fecha dominical. *El Espectador* recobró la circulación diaria el 11 de mayo de 2008, luego de permanecer cerca de siete años como hebdomadario. Buena parte del mérito de la recuperación del periódico se le debe a Fidel Cano Correa, bisnieto del fundador del diario, quien asumió la dirección en propiedad de *El Espectador* desde el 4 de Mayo de 2004, si bien venía actuando como director encargado durante los últimos meses de 2002 y desde el mes de noviembre de 2003, tras algunos años en los que el periódico tuvo varios directores de corta duración.

El 29 de Mayo de 1996 el periódico inauguró su sitio Web *elespectador.com*.

Revista Semana

El ex presidente liberal Alberto Lleras Camargo fundó la revista *Semana* en 1946, al finalizar su primer periodo de gobierno (1945-46) y la mantuvo hasta 1961, cuando suspendió la publicación¹⁴. Ese lapso es conocido en la historia política de Colombia como el periodo de La Violencia.

Tres décadas más tarde, en 1982, Felipe López Caballero refundó la revista y la ha conducido hasta nuestros días, en calidad de propietario y orientador. Hijo del ex presidente liberal Alfonso López Michelsen y nieto del también ex presidente Alfonso López Pumarejo, el dueño de la revista *Semana* conoce los entretelones del poder, pero no ha sido tentado por

¹⁴ Semana (Colombia). (2014, 10 de mayo). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: 14:33, mayo 21, 2014 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Semana_\(Colombia\)&oldid=74309453](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Semana_(Colombia)&oldid=74309453).

la política electoral. Adquirió los escritorios y máquinas de escribir de la revista *Alternativa* – una fugaz pero influyente revista semanal de izquierda de la que fue cofundador Gabriel García Márquez- que estaba en liquidación, y alquiló una oficina en la Avenida Jiménez de Bogotá donde inició labores al frente de la revista *Semana* en 1982. Antes había conseguido el consentimiento del ex presidente Lleras Camargo para retomar el nombre de la revista creada por este en los años cuarenta.

Alejandro Santos Rubino, director de *Semana* desde el año 2000, es hijo del columnista y ex codirector de *El Tiempo* Enrique Santos Calderón, y sobrino del actual Presidente de Colombia, Juan Manuel Santos. Bajo la dirección de Santos Rubino, *Semana* ha contribuido al destape de múltiples casos de corrupción, la mayoría de los cuales tuvieron lugar durante el mandato de Alvaro Uribe Vélez (2002-2010), tales como: la “parapolítica”- una serie de denuncias sobre las alianzas estrechas entre paramilitares y políticos que derivó en procesos judiciales-, y el escándalo de las chuzadas del DAS, entre otros. La sostenida labor de periodismo de investigación que ha adelantado la revista *Semana* y la nómina de excelentes columnistas con que cuenta, entre los que se encuentran algunos de los más influyentes y valorados por los lectores por su espíritu crítico y su independencia de criterio frente a los gobiernos de turno, le han granjeado un merecido prestigio y reconocimiento a la publicación¹⁵, tanto en el país como en el exterior.

Su director Alejandro Santos Rubino, sostiene:

Yo no digo que el periodismo sea perfecto. Ni siquiera es objetivo. *Semana* asume su subjetividad, asume posiciones, tiene opiniones. Defiende causas como la ética pública y los valores democráticos, los derechos de los gays, está en contra de la fumigación, a favor del aborto, en contra de la reelección como institución” (Rueda, 2013).

Según él, *Semana* no es un medio gobiernista ni antigobiernista, sino que es “un medio que hace periodismo independiente.”

¹⁵ La revista *Semana* recibió el premio de Periodismo Rey de España en 2008 por las investigaciones sobre el escándalo de la parapolítica. Su director, Alejandro Santos Rubino, obtuvo en el año 2013 el premio internacional María Moors Cabot por parte de la Universidad de Columbia. Los columnistas de *Semana* se encuentran entre los más influyentes del país: Daniel Coronell, Antonio Caballero, Daniel Samper Ospina, María Jimena Duzán y León Valencia. El caricaturista Vladdo goza también de gran popularidad entre los lectores.

El portal *semana.com* tiene activa presencia en el ciberespacio desde diciembre de 1999, y en la actualidad ocupa el puesto 21 en el ranking Top Sites Colombia de *Alexa.com*, después de *eltiempo.com* (puesto 10) y *elespectador.com* (puesto 13)¹⁶.

La revista *Semana* es la punta de lanza de uno de los grupos editoriales más consolidados del país: Publicaciones Semana S.A., que a su vez es dueño de importantes revistas orientadas a diversos segmentos de los lectores. Entre ellas, las revistas *Soho*, *Dinero*, *Fucsia*, *Arcadia*, *Jet-Set*, etc. Asimismo, tiene un espacio televisivo en el Canal Cable Noticias llamado *Debates Semana*, que se emite los jueves y viernes desde el mes de Mayo de 2008.

La Silla Vacía

*Lasillavacia.com*¹⁷ nació como un medio de periodismo digital el 29 de marzo de 2009. Según su directora, la periodista Juanita León:

Es un medio informativo e interactivo para las personas interesadas en la actualidad política colombiana. Más que cubrir la noticia del día y acudir a ruedas de prensa, nos centramos en aquellas historias que realmente describen cómo se ejerce el poder en Colombia: en los personajes que mueven los hilos del poder, en las estrategias para alcanzarlo y mantenerlo, en las ideas e intereses que subyacen las grandes decisiones del país (León) .

A diferencia de los demás medios que se han tenido en cuenta en esta indagación, *lasillavacia.com* no es un medio masivo sino de nicho. En palabras de Juanita León: “más que agrandar a un gran público buscamos ayudar al segmento de los formadores de opinión a comprender la política nacional.”

El portal digital se ha financiado con base en dos fuentes principales de recursos: una beca de Open Society Institute, y aportes de la periodista Juanita León y de su familia. Adicionalmente, ha organizado varias recolectas de donaciones de menor cuantía entre sus usuarios más comprometidos (a los que bautizó “los superamigos”); otros dineros provienen de la pauta publicitaria y de actividades de capacitación que realizan para entidades públicas del ámbito cultural.

¹⁶ Datos obtenidos en una consulta realizada el 21 de mayo de 2014 en www.alexa.com.

¹⁷ El nombre del portal surgió de un hecho ocurrido el 7 de junio de 1999, durante los inicios de los diálogos de paz entre el presidente Andrés Pastrana y la guerrilla de las Farc-ep, en San Vicente del Caguán. Durante la ceremonia inaugural de los diálogos, el jefe histórico de las Farc, Manuel Marulanda Vélez, no se hizo presencia en la ceremonia argumentando riesgos para su seguridad personal y dejó “la silla vacía”.

Según el portal *Alexa.com*, *lasillavacia.com* está situada en el puesto 174 del ranking de sitios Web en Colombia. El 89.9% de los visitantes del *site* lo consultan desde el propio país. Al examinar cuáles sitios Web visitaron los usuarios de *lasillavacia.com*, inmediatamente antes de acceder a este portal, en mayo de 2014, se encuentra que el 21 % visitaron el buscador Google, el 7.9% la red social Facebook, el 5.4 % la red social Twitter, entre otros¹⁸.

Otro criterio que se valoró al seleccionar los cuatro medios digitales para el presente estudio, fue garantizar *de conjunto* una pluralidad política en sus enfoques editoriales y en sus columnistas, a fin de poder obtener una diapasón muy amplia del espectro de la política colombiana durante la coyuntura electoral. Entre los 9 columnistas seleccionados en la muestra, pertenecientes a los cuatro medios referidos, hay “voceros” o “intérpretes” destacados de las principales corrientes políticas que incidieron activamente en la referida coyuntura.

Y aunque este estudio no se ocupará principalmente de estudiar el rol de los columnistas de opinión sino las nuevas funciones de los lectores/usuarios, se estimó que la escogencia de un grupo de columnistas con posicionamientos políticos heterogéneos y diversos, podría ser útil para obtener los registros textuales de una gama muy plural y diversa de los usuarios que participaron de los foros de los lectores vinculados a los columnistas de opinión seleccionados.

Se descartó la posibilidad de comparar medios nacionales y medios regionales, o de explorar otros medios alternativos y ciudadanos en la Web, pues el problema y los objetivos señalados en el estudio no hacían aconsejable este tipo de selecciones, válidas para otros proyectos necesarios de investigación.

1.3 Enfoque metodológico y fases de la investigación

En el desarrollo de la investigación- una vez se dejó formalizado y planteado el proyecto mismo- se profundizó en la revisión de literatura, en especial de las revistas especializadas o *journals*, que comprendió la búsqueda de artículos científicos sobre la

¹⁸ Datos consultados el 21 de mayo de 2014 en el portal Alexa.com: <http://www.alexa.com/siteinfo/lasillavacia.com>

participación de usuarios en los sitios Web periodísticos, y los estudios sobre los foros y comentarios de los lectores realizados en distintos países. Esta labor permitió reunir materiales y elementos no solo para escribir un breve estado de la cuestión que se incluye en el presente capítulo introductorio, sino también para ahondar en conceptos operativos indispensables, tales como los conceptos de participación de usuarios e interactividad, así como para documentar algunos diseños metodológicos de investigaciones precedentes sobre el problema seleccionado. La revisión de literatura arriba esbozada, se profundizó más tarde en el desarrollo de la primera fase de la Investigación, y en el momento de la escritura del capítulo de Introducción.

En la *Fase I* de la investigación, nos propusimos estudiar las modalidades de participación de los usuarios/lectores en los cuatro sitios Web previamente seleccionados. Para ello se combinaron dos herramientas básicas. En primer lugar, se hizo una observación sistemática de los referidos sitios Web a partir de una matriz previamente diseñada. En segundo lugar, se adelantaron entrevistas semi estructuradas y cara a cara con los directores y editores de los medios digitales, así como con sus editores de redes sociales, a partir de una guía común de entrevista. Adicionalmente, se revisaron las cuentas principales de los medios en redes sociales para establecer cronologías y otros aspectos de las mismas. Se estableció finalmente una tipología de las herramientas y espacios de participación de los usuarios, así como una cronología de su articulación con diversas redes sociales.

En el momento teórico de esta fase, se ahondó en los conceptos de interactividad y participación de los usuarios. Los hallazgos y resultados parciales de esta fase sirvieron de insumo para la escritura del capítulo uno de esta disertación doctoral.

En la *Fase II* se realizó un análisis discursivo de los comentarios y los foros de los lectores, desde una doble perspectiva: pragmática y argumentativa. Se tomaron como muestra base para este análisis, un total 32 foros de los lectores correspondientes al mismo número de columnas de opinión, publicadas por doce columnistas adscritos a los cuatro medios digitales estudiados, durante el lapso comprendido entre el 1 de octubre y el 15 de noviembre de 2011, es decir, las cuatro semanas previas y las dos semanas posteriores a la fecha de los comicios del 31 de octubre de 2011.

El corpus para el análisis textual se conformó con 1861 comentarios de los lectores. Los criterios y procedimientos que se aplicaron para la selección de la muestra y del corpus definitivo de comentarios para el análisis discursivo, se detallan en el capítulo tercero de esta

investigación¹⁹.

A fin de establecer una adecuada conexión analítica entre las circunstancias del contexto político en la coyuntura electoral estudiada y la producción discursiva de los usuarios vertida en los foros de los lectores bajo la modalidad textual del comentario del lector, se llevó a cabo una descripción y análisis de la coyuntura electoral, a partir de la revisión de noticias de prensa, columnas de opinión y de algunos estudios académicos adelantados por investigadores colombianos (López de la Roche, 2014).

La observación y el análisis textual de los foros de los lectores- en el lapso de preparación del proyecto de investigación-, puso de relieve que los usuarios utilizaban a menudo verbos realizativos que sugerían la posibilidad de que se estuviesen realizando determinados *actos de habla*. Lo cual nos condujo a examinar los aportes seminales de Austin y de Searle a la Teoría de los Actos de Habla- inserta en los desarrollos contemporáneos de la Pragmática Lingüística- , para tratar de encontrar allí conceptos, categorías y herramientas que permitieran describir y caracterizar algunas de las actividades más sobresalientes que realizan los usuarios en el espacio de los foros digitales.

A su vez, al tomarnos en serio a los lectores como productores de un discurso de opinión más o menos elaborado, con el propósito no solo de expresar las tomas de partido individuales en el espacio público mediatizado, sino también de incidir en la formación de las corrientes de opinión entre la comunidad de usuarios, optamos por apoyarnos en algunos conceptos y categorías de la llamada Teoría de la Argumentación o Nueva Retórica (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989, 1997; Meyer, 1993, 2004; Angenot, 2010; Amossy, 2011; Aristóteles, 2007), para enriquecer el análisis de los comentarios. Esta perspectiva teórica involucra preguntas pertinentes acerca de la llamada *situación argumentativa* y sobre las posibles conexiones entre modelos culturales y modos típicos de argumentación, que nos resultaron de utilidad para examinar los comentarios de los lectores en sus complejas interrelaciones con las culturas políticas y con las situaciones comunicativas concretas que dieron lugar a esa producción textual.

Para la codificación y tratamiento del corpus textual compuesto por más de 1800 comentarios de los lectores, nos apoyamos en el Software *Atlas.ti*.

Adicionalmente, como lo plantea Adolfo León Gómez (1993), la teoría de los actos de habla y la teoría de la argumentación, aunque se han desarrollado en el siglo XX como

¹⁹ Para una explicación más detallada de este aspecto metodológico, ver en el capítulo tercero el apartado “*Criterios para la selección de la muestra*”, entre la página 63 y la 70.

disciplinas autónomas, tienen hondas imbricaciones que validan el abordaje doble.

En el momento teórico de esta fase II, se adelantaron revisiones de literatura sobre los enfoques teóricos ya descritos, así como sobre la categoría de *cultura política*, aplicada especialmente al contexto histórico-político de América Latina (Landi, 1988,2000; Lechner, 1987; López de la Roche, 2009, 2010; Mouffe, 2003).

De esta fase surgieron la mayor parte de los capítulos II y III, con excepción de los apartados finales sobre el comentario del lector y el foro, que fueron el resultado de la siguiente fase.

En la Fase III, luego de haber realizado un minucioso análisis discursivo del corpus completo de comentarios-, focalizamos nuestro interés en el estudio del foro del lector como contexto comunicativo específico y espacio de participación de la prensa digital, así como en el comentario del lector en tanto nuevo género textual o discursivo.

En el momento teórico de la Fase III, me interesé por el examen de la categoría de *contrato comunicativo* formulada por Charaudeau (2003), así como por la *teoría del enunciado* y el *enfoque dialógico* de la comunicación (Bajtín, 2005; Volóshinov, 2009). También me nutrí de las reflexiones sobre la génesis y evolución de los géneros en la modernidad, planteadas por Bajtín (2005) y (Martín-Barbero, 2003).

Asimismo, llevé a cabo una revisión pormenorizada de aquellos artículos y estudios que se han ocupado del problema de los comentarios de los lectores y del foro en varios países, en especial en Argentina, España y países anglosajones.

El concepto de *contrato comunicativo* sirvió de punto de partida para elaborar una matriz de análisis del foro, que se aplicó exhaustivamente a una muestra de ocho foros de lectores, dos por cada medio digital. El examen del conjunto del corpus de comentarios, a la luz de la teoría sobre el enunciado y la evolución histórica de los géneros- así como en su inextricable conexión con el foro como dispositivo de participación-, condujo a una caracterización general del nuevo género textual.

Los resultados de esta fase III se integraron como apartados finales en los capítulos dos y tres de la presente disertación doctoral.

Cada una de las tres fases descritas, ha combinado aspectos de trabajo de campo y de aplicación de herramientas de investigación y matrices específicas, con momentos de revisión teórica muy relacionados con aquellas categorías y conceptos operativos que debían guiar el trabajo de campo, así como la interpretación de los datos obtenidos y la elaboración de las

hipótesis correspondientes. De tal manera que la labor inicial de auscultar en la literatura especializada los estudios e investigaciones acerca del problema que nos ocupa, con ser un momento necesario y bastante útil para orientar las siguientes fases de la pesquisa, no nos releva de la exigencia de volver en cada fase a las fuentes teóricas, a los conceptos claves, para forjar conceptos operativos pertinentes que nos permitan orientarnos en medio de los datos y las evidencias, y establecer relaciones de distinto tipo.

En síntesis, teniendo en cuenta que el objeto de la presente indagación consistió en establecer las nuevas funciones del lector/usuario de los medios periodísticos digitales, a partir del examen de los textos que éste produce y pone a circular mediante los comentarios *on line* de las secciones de opinión, la metodología propuesta se inscribe parcialmente en los Estudios o Análisis del Discurso, combinando el enfoque de la Teoría de la Argumentación con algunos aportes de la lingüística pragmática. El abordaje anterior se complementó con la observación sistemática de los sitios Web de los medios periodísticos seleccionados, así como con la realización de entrevistas semi estructuradas con editores de los medios digitales, entre otras herramientas.

1.4 Los foros de los lectores en la prensa digital: revisión de literatura

En este apartado realizaremos un recorrido por algunas investigaciones relevantes sobre la problemática asociada con los foros de los lectores de la prensa digital, realizadas entre 2007 y 2012, tanto en inglés como en español. Se destacan los casos de la prensa española, inglesa, norteamericana, colombiana y argentina.

Luis A. Albornoz (2007), realizó un estudio comparado entre las principales cabeceras de la prensa digital en Iberoamérica, en el cual examinó- entre otras variables- los diversos espacios de participación de los lectores, enfatizando en su naturaleza restringida y sujeta a controles por parte de los medios.

Mediante entrevistas con veteranos editores de los sitios líderes de noticias en el Reino Unido, Hermida y Thurman (2007) exploraron sus percepciones acerca de los usuarios de los medios periodísticos digitales y las razones que invocaron para adoptar o no adoptar las iniciativas de contenidos autogenerados por los usuarios (*User-generated content*) por parte de los medios periodísticos dominantes en ese país.

Los hallazgos revelan que los ejecutivos de noticias del Reino Unido estaban expandiendo las oportunidades para los contenidos de los usuarios en los medios, pero a la vez experimentaban problemas y dificultades con la incorporación de tales contenidos en las estructuras y dinámicas del periodismo profesional, debido a preocupaciones por la reputación, la confianza y a problemas legales. Tales editores fueron por lo tanto cautelosos acerca de la implementación de iniciativas que promovieran los contenidos autogenerados por los usuarios. La evidencia sugiere que los editores estaban sobrellevando en 2007 una difícil transición al propiciar la integración de los usuarios en su proyecto periodístico, procurando retener al mismo tiempo el rol tradicional como *gatekeeper* en la adopción de los contenidos de los usuarios en sus sitios Web.

Manosevitch y Walker (2009) realizaron un estudio piloto a partir de comentarios de lectores posteados la primera semana de 2008 en dos periódicos de alcance regional en los EE.UU: *Des Moines Register* and *Scripps Treasure Coast*, con base en un pequeño corpus de 124 comentarios tomados de los foros de la sección de opinión (editoriales o columnas de opinión), que se hubieran publicado como respuesta de los usuarios a un asunto o problema concreto planteado por la sección de opinión del medio. Los autores estudiaron la calidad del discurso deliberativo de los usuarios, a partir de nuevo criterios que infirieron de su enfoque teórico sobre la democracia deliberativa.

En su estudio sobre los foros de opinión digitales de los diarios españoles, Mancera Rueda (2009) propone que el *anonimato* propio de los comentarios *on line* de los lectores, permite una “comunicación desinhibida” y “favorece el empleo de ciertas estrategias de descortesía con las que se pretende destruir la imagen social del referente central de la noticia- generalmente, un personaje público-, la del propio medio de comunicación, o incluso la de otros visitantes que intervienen en estos foros de opinión”.

A diferencia de lo que usualmente ocurre en otros géneros de opinión tradicionales como el artículo editorial o la columna de opinión, en los comentarios de los lectores- como *subgénero de opinión* propio de los medios digitales-, el usuario/autor no se limita a exponer sus tesis o puntos de vista, sino que tiene como propósito fundamental vulnerar la imagen social de algún personaje público, del medio o de otro usuario. Para lograrlo, señala Mancera, los usuarios no vacilan en “recurrir a macro estrategias propias de la confrontación política, como la auto-presentación positiva de nosotros frente al retrato negativo de ellos (Van Dijk, 2003).”

Mancera Rueda (2009) sostiene que el comentario *on line* es un “subgénero de opinión, creado recientemente para dar voz a los seguidores de la versión digital del diario”; la tradicional carta del lector, es quizá el género de opinión tradicional que más se le asemeja.

Mancera trabajó a partir de un corpus de 750 comentarios, a razón de 150 comentarios por cada uno de los cuatro medios españoles seleccionados: *El País*, *Abc*, *Libertad Digital* y *Público*, los cuales fueron recolectados entre el 27 y el 30 de abril de 2009, en la sección informativa o noticiosa de los diarios mencionados y a partir de noticias acerca de hechos semejantes. A partir de este corpus la autora realizó una doble aproximación, tanto cuantitativa como cualitativa.

Por su parte, Ruiz, Masip, Mico, Diaz-Noci, & Domingo (2010) indagaron acerca de la Conversación 2.0 a partir del examen de los comentarios de los lectores de noticias de siete diarios digitales catalanes. La investigación se realizó entre octubre y diciembre de 2009, con base – entre otras herramientas- en entrevistas semi estructuradas con los responsables de los servicios de participación o de la página Web de cada medio; asimismo, estudiaron el marco ético y jurídico de esas instancias de participación.

Adicionalmente, los autores analizaron – con fundamento en el enfoque habermasiano de la ética comunicativa y argumentativa- si en los foros de los lectores de noticias se asiste a un diálogo plural y respetuoso que contribuya a la construcción democrática de la sociedad. Para lo anterior, analizaron los contenidos de una muestra de comentarios de lectores para identificar el lenguaje usado, la existencia o no de diálogo, el reconocimiento mutuo y el tratamiento respetuoso entre los hablantes, la aceptación de los argumentos de otros usuarios, la existencia o no de insultos en los comentarios, y si se podían constatar o no entre los foristas esfuerzos orientados a la búsqueda cooperativa de la verdad.

Asimismo, hicieron un estudio cuantitativo apoyado en software especializado para medir la frecuencia de aparición de las palabras en el corpus.

Se analizaron transversalmente en los 7 medios catalanes los comentarios presentes en los foros derivados de las notas informativas surgidas a partir de un mismo hecho noticioso. Para el análisis cualitativo de los comentarios se tomaron 11 noticias y un total de 1976 comentarios de lectores.

Entre los hallazgos relevantes, los autores encontraron que

La mayor parte de los usuarios envía sólo un mensaje, imposibilitando realmente la existencia de una conversación entre los lectores. *Así, el 83,65% de los autores intervienen una vez, y el 8,32%, dos veces.* La existencia de muchos comentarios únicos contribuye a fragmentar la conversación, como el hecho de que a veces la gente repite varias veces el mismo mensaje. (Ruiz, Masip, Mico, Diaz-Noci, & Domingo, 2010)

Asimismo, hallaron que a pesar de la “prohibición expresa de difundir contenidos antidemocráticos, racistas, xenófobos y contrarios a los derechos humanos, las conversaciones digitales los contienen.” Para los autores, el problema no se encuentra en la ausencia de principios o de normas, sino en los mecanismos de control que establecen las empresas periodísticas, claramente insuficientes desde el punto de vista de los recursos humanos que se dedican a la gestión de la participación.

La distancia entre las normas que enuncian los medios y su incapacidad para hacerlas cumplir, demuestra que los cybermedios han accionado los canales de participación de la audiencia como criterio estratégico empresarial, como forma popular de fidelización de la audiencia, sin tener en cuenta (o asumiéndolos) los riesgos de tal participación. (Ruiz, Masip, Mico, Diaz-Noci, & Domingo, 2010)

Teniendo en cuenta los anteriores hallazgos, los autores consideran que “la potencialidad enorme de la *Conversación 2.0* es, de momento, sólo eso, potencia. Porque la realidad nos llevaría a definirla como no *conversación* o, como mínimo, con una conversación poco compatible con lo que se espera de ella en una sociedad democrática.” La conversación no es respetuosa ni plural, porque descalifica y, en menor medida, insulta, y porque además es pobre en puntos de vista diferentes y en capacidad o voluntad argumentativa.

Por lo tanto, los autores concluyen que “la *Conversación 2.0*, en la actualidad, sólo es posible porque responde a una decisión de mercado; falta civilizarla. Hay que democratizar la conversación digital y la participación de las audiencias activas.”

En un estudio publicado un año después con propósitos y referentes teórico-metodológicos semejantes, los mismos autores (Ruiz, Domingo, Micó, Díaz-Noci, Meso, & Masip, 2011) amplían la escala de su indagación a una muestra de más de 15,000 comentarios seleccionados de las versiones en línea de cuatro influyentes periódicos europeos y uno

norteamericano: *The Guardian* (Reino Unido), *Le Monde* (Francia), *New York Times* (Estados Unidos), *El País* (España), y *La República* (Italia).

Del análisis del anterior corpus surgieron dos modelos de participación de los usuarios: uno donde las *comunidades de debate* son formadas con base en discusiones respetuosas entre diversos puntos de vista, y otro de *comunidades homogéneas*, en las cuales la expresión de sentimientos sobre los acontecimientos corrientes domina las contribuciones y hay menos debate argumentativo.

En el ámbito colombiano, Gladys Lucía Acosta (2012) estudió los espacios para la opinión del lector en la prensa digital, a partir de un corpus de comentarios de lectores incluidos en los foros de dos noticias publicadas en el diario *elespectador.com* en la última semana de junio y la primera de julio de 2008, las cuales informaban sobre el llamado “choque de trenes” entre el ejecutivo y la Corte Suprema de por la denominada “Yidispolítica”²⁰, y la incruenta liberación por parte del Ejército Colombiano de la ex candidata presidencial Ingrid Betancourt, tres contratistas norteamericanos y varios policías y militares secuestrados durante largos años por las Farc.

La autora sustenta la tesis de que estos espacios de participación de los lectores “se han convertido en un campo de batalla en el que fluyen los insultos, los ataques frontales a los articulistas y a los comentaristas. En definitiva, un escenario que alimenta -lo que bien podría denominarse- una comunicación que oscila entre la paranoia y la histeria.”

En este orden de ideas, según Acosta, el tipo de relación que está propiciando el espacio para el lector en la prensa digital, está lejos de ser considerada una relación dialógica. Son cuatro los postulados que condensan el modelo de comunicación con rasgos paranoicos e histéricos que caracteriza la autora, así:

(...) repetir hasta el cansancio la misma idea y desatender lo que el otro piensa, no vaya a ser que termine convenciéndonos; despotricar del Otro sin conmiseración y sin razones que lo sustenten y actuar siempre a la defensiva; ostentar saber como un arma para despistar e incluso para anular las posibilidades del interlocutor; y, salirse del tema cuando lo que otros anuncian

²⁰ Así se denominó por los medios el escándalo de corrupción política que cuestionó la legitimidad de la reforma a la constitución que promovió el gobierno y la colación uribista en el parlamento, con el fin de garantizar la mayoría de los votos legislativos para aprobar la enmienda constitucional que abría la posibilidad de reelección del presidente Álvaro Uribe Vélez para un segundo mandato. La exparlamentaria Yidis Medina reconoció ante la Corte Suprema de Justicia haber negociado con varios Ministros prebendas y beneficios burocráticos a cambio de votar positivamente el proyecto de reforma constitucional, junto con al menos otro parlamentario.

nos va dejando sin piso o cuando lo que decimos ayuda a hundir la reputación del que odiamos a morir.” (Acosta, 2012)

Al constatar que la “disposición al entendimiento” no es el propósito que moviliza los encuentros en los espacios para la opinión del lector que promueve la prensa digital, Acosta concluye con un interrogante: “¿hasta qué punto estos espacios de opinión no hacen otra cosa que reflejar, a la manera de espejo, las precariedades de una sociedad que se autodenomina democrática?”

Por su parte, Silvia Montaña, Victoria González y Cesar Ariza (2012) estudian las expresiones de ciberodio contra de la ex senadora Piedad Córdoba, en los comentarios de los lectores de *elespectador.com* y *eltiempo.com*, durante el primer trimestre de 2011, en el contexto de las noticias acerca del proceso de liberación unilateral por parte de las Farc de cinco secuestrados, anunciada por Alfonso Cano, a la fecha comandante de esa organización insurgente, como una especie de desagravio a Piedad Córdoba.

En el aspecto del análisis cuantitativo de los foros, emergen algunos datos significativos: entre el 15 y el 20% de los usuarios son responsables del 50 % de los comentarios del foro. Adicionalmente, entre el 40 y el 63 % de los comentarios de los lectores de estas noticias contenían insultos. A manera de hipótesis para resolver en ulteriores estudios, los autores proponen que el clima de polarización política existente en la coyuntura y los rasgos del personaje político que está al centro de las noticias seleccionadas, podrían ser factores que incidan en el incremento de la participación de los usuarios en los foros y, eventualmente, en los rasgos incendiarios de estas intervenciones.

Por otro lado, según los autores, muchos de los comentarios se refieren a los protagonistas de la noticia y no a los hechos que registra; de lo cual infieren que los usuarios leen a su manera y no según la pauta de lectura que postula el medio.

Finalmente, Montaña, González y Ariza (2012) identifican algunos patrones o tipologías en la manera como se expresan el odio y los discursos extremos en los comentarios de las secciones, así: ataques abiertamente racistas; condenas morales mediante el oprobio; cuestionamientos a la postura política; alusiones de tipo sexual e insulto soez explícito.

Finalmente, para concluir este recorrido por los estudios referidos a los foros de los lectores, reseñaremos el libro de la argentina Natalia Raimundo Anselmino (2012), quien estudió la relación entre *La Nación*, *Clarín* y su público entre 2007 y 2011. La autora llevó a cabo una investigación socio-semiótica que articuló las condiciones de posibilidad de

participación del lector que propicia cada uno de los portales digitales de los diarios mencionados, así como las llamadas “gramáticas de reconocimiento” recuperables en los discursos de los lectores.

En otros hallazgos, Raimundo reconoció que ambos medios construyen diferentes contratos de lectura con su público. El año 2010 es el momento en que ambos medios se hacen cargo de los cambios en el ecosistema mediático y entienden la migración de la participación hacia las redes sociales, lo cual los obliga a modificar su estrategia. El último rediseño de *Clarín*, por ejemplo, incorpora la posibilidad de comentar directamente desde las cuentas de los usuarios en las redes sociales, y ya no solo desde el *site* del medio. Algo similar ocurre ahora en *La Nación*. Tal inclusión de las redes sociales, según la autora, hace que el lector abandone el anonimato.

“Hay cierta tensión entre la lógica de participación del medio y las lógicas de participación del público: lo que el medio desea de ese espacio y lo que efectivamente el lector hace”, sostiene Natalia Raimundo:

Los medios pierden las posibilidades de control. Los lectores valoran el espacio para expresar ideas pero también para hacer catarsis. Por esta vía, el diario puede gestionar el control del espacio, pero hasta cierto punto. Puede prohibir injurias, discriminaciones, insultos, pero no puede controlar el tono ni el tipo de discurso. Se espera que los lectores contribuyan, se espera una intervención racionante, pero eso no necesariamente ocurre. Los discursos siempre tienen una fuerte carga afectiva.²¹

El insulto político

Desde la perspectiva discursiva varios autores han estudiado el artículo editorial en su función evaluadora (Bolívar 2005), en la promoción de la ideología racista (Van Dijk 1995), y en la divulgación de imaginarios acerca de la protesta social (Bonilla y García R. 1997). Por otro lado, se han hecho algunos estudios sobre el género de la columna de opinión, a partir de las premisas de la Teoría de la Argumentación (Santamaría y Casals 2000).

Por su parte, Bolívar (2008) estudia la complejidad de los insultos políticos en el contexto discursivo, los cuales involucran motivaciones ideológicas, morales y culturales que

²¹ “Espacios de intervención y participación en diarios digitales”, recuperado el 28 de octubre de 2012 en: <http://www.unrinteractiva.com.ar/2012/08/espacios-de-intervencion-y-participacion-en-diarios-digitales/>

no pueden ignorarse. El intercambio de insultos entre líderes políticos y gobernantes se ha convertido en una práctica discursiva global.

Nos encontramos con diálogos en los que se realiza un trabajo ideológico con la palabra ofensiva cuyo propósito es el de legitimar o deslegitimar a líderes regionales, proyectos políticos, y afianzar identidades culturales. Aunque los insultos son aceptados en ciertos contextos como parte de la interacción, en el diálogo político confrontacional pueden afectar las relaciones diplomáticas y, a largo plazo, vulnerar el diálogo democrático.

En mi libro *El apetito de la injuria: libelo, censura eclesiástica y argumentación en la prensa del Huila (1905-1922)*, examiné el discurso periodístico de opinión durante las dos primeras décadas del siglo veinte, en una provincia colombiana (departamento del Huila), en estrecha correspondencia con los incipientes procesos de modernidad/modernización que en ese periodo dinamizaban la sociedad. El uso y el abuso del libelo difamatorio por parte de las diversas corrientes políticas- católico/conservadoras y liberales- , a través del discurso periodístico, se estudió en relación con matrices de cultura política tradicionalistas o liberal-radicales, y con los procesos de hegemonía y contrahegemonía inscritos en contextos de incipiente modernización política y cultural propios de una sociedad periférica.

“Con las nuevas tecnologías – sostiene Noblia (2009) -han surgido nuevos espacios de interacción social y, con ellos, nuevos géneros discursivos que proponen cambios en el uso del lenguaje. (...)”. A su turno, Mancera (2009) propone considerar los comentarios *on line* de los lectores en los espacios de participación de la prensa digital, como un nuevo género de opinión, con sus rasgos distintivos.

Nuevos modos de leer

La convergencia de lenguajes y medios propiciada por las nuevas tecnologías digitales y por los procesos de concentración de las industrias culturales, involucran a franjas crecientes de la población mundial en la experimentación de sensibilidades inéditas -un nuevo *sensorium*- y de otras prácticas culturales. Diversos autores coinciden en subrayar la emergencia de nuevos modos de leer y escribir, de circulación de relatos y escrituras y, en suma, de nuevas maneras de ponerse en relación entre individuos y comunidades (Martín Barbero 2008; García Canclini 2007; Castells 2009).

Las nuevas formas de comunicación se diferencian de las tradicionales, según Scolari (2008, 78), debido a la *digitalización*, esto es, la transformación tecnológica que posibilita

traducir al sistema binario y convertir en bits a textos, imágenes, sonidos; la *reticularidad*, configuración en red que rompe con el flujo vertical de los mensajes de uno-a- muchos y permite el flujo horizontal de muchos-a-muchos; la *hipertextualidad*, es decir, el primado de estructuras textuales no secuenciales ni lineales, que habilitan al lector para elegir sus propios trayectos de lectura, así como para seleccionar y ordenar el material según sus propias pautas; la *multimedialidad*, entendida como la convergencia de medios y de lenguajes que antes discurrían por canales separados y ahora confluyen y se contaminan entre sí; y la *interactividad*²², que da lugar a la activa participación de los usuarios en el diálogo con autores y textos, con el propio medio y con otros usuarios y habilita al lector para asumir nuevas funciones.

Para Guillermo Orozco (2009, 287), hoy se comienza a experimentar un

(...) tránsito de audiencias agrupadas en función de la recepción, a audiencias definidas cada vez más en función de su capacidad para el intercambio y la emisión. Cambio por el cual las audiencias se van volviendo usuarios, productoras y emisoras, ya que la interactividad que permiten las nuevas pantallas trasciende la mera interacción simbólica con ellas, para situar a las audiencias, en tanto que se cumplen otras condiciones de accesibilidad y cultura digital, como posibles creadoras de sus propios referentes, no sólo como re-creadoras simbólicas de significados o interpretaciones de los referentes producidos y emitidos por otros desde esas pantallas.

En nuestros días no sólo se leen textos impresos, sino múltiples textualidades sonoras, audiovisuales, hipertextuales (Martín Barbero 2008). La rígida oposición autor/lector que es el sedimento de varios siglos de predominio de la cultura escrita, se ha empezado a erosionar en virtud de ese movimiento contemporáneo que empuja al lector tradicional a devenir productor y autor (Benjamin, 1969; Martín Barbero 2008; Chartier 2008).

Dorcé (2009, 305) subraya el papel de los nuevos “prosumidores” (híbrido de productor y consumidor en entornos digitales), cuyas “prácticas pueden ser ejemplos muy concretos de ejercicio ciudadano dentro de esferas públicas específicas mediadas por las TIC”.

Si bien en las sociedades latinoamericanas subsisten severas limitaciones de acceso a las nuevas tecnologías de comunicación y la tendencia a la concentración monopólica de las

industrias culturales impone restricciones a la libertad de expresión y de participación de los ciudadanos (Albornoz 2007), el fenómeno más inquietante y potencialmente transformador lo constituye la creciente apropiación por parte de los usuarios de los espacios de participación que habilitan las tecnologías interactivas, quienes toman la palabra (y las imágenes) y ponen a circular sus relatos y argumentos en los circuitos y redes digitales en expansión.

No se trata en realidad de un terreno allanado y carente de pugnas y agudas tensiones, sino del encuentro con un nuevo escenario para la disputa simbólica por parte de los sectores sociales subalternos, que elevan sus reclamos e iniciativas de justicia social, democracia verdadera y participación efectiva en la esfera pública política, o vislumbran otros mundos posibles. Nuevos modos de asumir la ciudadanía crítica y de recrear las culturas políticas de los lectores, se perfilan en los foros virtuales de la prensa digital, en los blogs, en las redes sociales, que empiezan a cumplir- en otro contexto tecnocultural- funciones emparentadas con las que antaño cumplieron los debates en cafés, salones y tertulias, así como otras formas de sociabilidad política propias de nuestros contextos latinoamericanos. (Habermas 1997; Jenkins 2008) .

La investigación realizada planteó la necesidad de un *abordaje interdisciplinario* que pusiera en relación dinámica los estudios sobre las transformaciones del lector/usuario derivados de la interactividad como rasgo característico de los medios de comunicación digitales, con el horizonte más amplio en el que convergen las contribuciones del Análisis del Discurso, la Teoría de la Argumentación y la Lingüística Pragmática, así como con los estudios sobre los nuevos géneros textuales asociados con los entornos digitales.

CAPÍTULO II. HERRAMIENTAS Y MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN DE LOS LECTORES/USUARIOS EN CUATRO MEDIOS DIGITALES COLOMBIANOS

En el presente capítulo me propongo describir y comparar los modos como se configuran actualmente los dispositivos y modalidades de participación de los lectores/usuarios en cuatro destacados medios digitales colombianos: *eltiempo.com*, *el espectador.com*, *semana.com* y *lasillavacia.com*. Una franja creciente de lectores/usuarios se está apoyando en los espacios de participación que proveen los medios de prensa online y las redes sociales, para realizar novedosas funciones que dan cuenta de la apropiación por parte de aquellos de los recursos de la interactividad, así como de las mutaciones socioculturales en la figura tradicional del lector que deviene productor de textos (Benjamin,1975;2009) y, más recientemente, usuario de los medios digitales.

Empero, el grado de aprovechamiento por parte de cada institución mediática de los dispositivos y posibilidades que amplían potencialmente la participación de los usuarios, varía en forma significativa en función, entre otros factores, del lugar que sus editores le asignen a los lectores/usuarios en su política editorial y en su proyecto periodístico.

Asimismo, la creciente interacción de los sitios webs periodísticos con redes sociales como Twitter y Facebook y con plataformas como Youtube, incide en las modalidades de interrelación de los medios con sus usuarios, a partir del arduo reconocimiento de que estos “habitan” en las redes sociales y desde allí interactúan con los portales de la prensa digital ejerciendo novedosas funciones.

Lo que en un principio nos parecía el cumplimiento de la tarea necesaria aunque simple de describir una porción de nuestro actual ecosistema mediático y el modo específico como unos interfaces y dispositivos técnicos se encontraban con las inclinaciones y nuevas prácticas de los usuarios, fue adquiriendo en el curso del trabajo de campo matices y honduras insospechadas para nosotros. Ahora estamos persuadidos de la pertinencia de haber desbrozado una porción de este territorio en mutación continua, para acampar transitoriamente allí y poder examinar más adelante -desde ese lugar- las intervenciones discursivas de los sujetos que ejercen una escritura de *amateurs* en estos nuevos fragmentos del espacio público digital.

No sobra llamar la atención sobre la circunstancia de que el objeto de este capítulo está referido a rasgos muy dinámicos y fluidos de la comunicación digital interactiva, que por lo tanto están sujetos a continuos ajustes e innovaciones, por lo que a lo sumo podemos presentar una fotografía instantánea de un devenir incesante. No obstante, hemos intentado captar e interpretar algunas de las corrientes más vigorosas que subyacen y orientan las variadas formas y expresiones que afloran a la mirada del observador atento.

Examinar las diversas modalidades y dispositivos de participación que ofrecen a los usuarios/lectores cuatro de los más influyentes medios de prensa colombianos a través de sus sitios Web, nos permitirá interrogarnos no sólo por las motivaciones que empujan a la industria de medios a concitar la participación de los usuarios- con ciertas restricciones-, sino también a develar algunas complejas negociaciones que establece con sus lectores, a partir del arduo reconocimiento de las nuevas prácticas culturales y comunicativas en las que estos se involucran, como expresión de las mutaciones de la cultura y del ecosistema comunicativo contemporáneo.

2.1 Aspectos teóricos

La rígida oposición autor/lector que sedimentaron varios siglos de predominio de la cultura escrita, se empezó a erosionar desde finales del siglo XIX con la masificación de los diarios impresos y la aparición del correo de los lectores, como consecuencia de esa honda transformación cultural contemporánea que empuja al lector tradicional a devenir productor y escritor (Benjamin, 1975; Martín Barbero, 2008; Chartier, 2008).

Para Guillermo Orozco (2009, p.287) asistimos a un “(...) tránsito de audiencias agrupadas en función de la recepción, a audiencias definidas cada vez más en función de su capacidad para el intercambio y la emisión. Cambio por el cual las audiencias se van volviendo usuarios, productoras y emisoras...”.

La oposición dialéctica entre las lógicas del diseñador y las del usuario- advierte Scolari-, determina la evolución de las tecnologías comunicativas. Si por un lado el diseñador incorpora en la tecnología un conjunto de prescripciones, un horizonte de acciones posibles preestablecidas como adecuadas para el usuario, y aún más, un modo de ver la realidad-; por el otro, los usuarios realizan a menudo “usos desviados” de las tecnologías e intervienen de

cierta manera en la reprogramación de las mismas adecuándolas a las necesidades derivadas de su cultura y su contexto específico. Esa dialéctica diseño/uso está en la base de la *coevolución* de las tecnologías y de los usuarios, quienes a la vez se transforman en el uso. “Si bien opera en un nivel micro -afirma el referido autor- la interfaz es un pequeño campo de batalla donde se definen cuestiones socioculturales y tecnológicas” (Scolari, 2004, p. 235).

El concepto de *interactividad*, desde sus propios orígenes en la teoría de la informática y la computación, hasta sus ulteriores evoluciones en la teoría de la comunicación y la cultura, se ha caracterizado por una cierta ambigüedad e imprecisión, aunque no por ello ha dejado de ser utilizado comúnmente no solo por los teóricos sino por los agentes de la industria mediática y tecnológica, así como por una parte de los usuarios, quienes lo mantienen vivo como uno de los rasgos distintivos de los entornos comunicacionales digitales y de las tecnologías que les sirven de soporte.

Al respecto, son numerosos los autores que han estudiado el concepto de interactividad y han intentado diversas definiciones (Heeter, 1989; Rafaeli & Sudweeks, 1997; Schultz, 2000; Downes & Macmillan, 2000; Kiousis, 2002).

Según Heeter (citado por Scolari, 2008, p.95), los nuevos medios reclaman diversos niveles de actividad a los diferentes tipos de usuarios. El computador dialoga con el usuario y le ofrece respuestas oportunas y pertinentes a sus *inputs*, al tiempo que mantiene un estricto control sobre la actividad del usuario mediante un sistema de retroalimentación continua de la información que este genera en el sistema. Asimismo, los medios digitales tienden a eliminar la diferencia entre emisor/receptor, al facilitar que el usuario genere informaciones, a la vez que promueven o facilitan la comunicación de masas e interpersonal. Tales son, según el autor referido, las dimensiones básicas de la *interactividad*.

Más recientemente, Jenkins (2008, p. 280) definió la *interactividad* como:

La capacidad de una nueva tecnología mediática (o de los textos producidos dentro de ese medio) de responder a la reacción del consumidor. Los determinantes tecnológicos de la interactividad (que suele ser estructurada de antemano o al menos activada por el diseñador) contrastan con los determinantes sociales y culturales de la participación (que es más abierta y está más condicionada por las elecciones de los consumidores).

Por su parte, Alejandro Rost (2012) intenta focalizar la mirada en los procesos asociados con los medios y las empresas de naturaleza periodística que se desenvuelven en los entornos digitales. Según el autor argentino:

La interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa).

Ambas definiciones, coinciden en asociar la interactividad con la *capacidad* de una tecnología mediática o de un medio de comunicación para ofrecer a los usuarios/lectores un cierto repertorio de posibilidades de acción y de expresión, que lo interpelan en cuanto sujeto activo del proceso comunicativo; sin embargo, de ellas también se infiere que el uso y aprovechamiento concreto que realicen los usuarios de esas potencialidades no está determinado por la tecnología en sí misma, sino por factores de tipo sociocultural y, añadimos nosotros, por circunstancias históricas específicas.

El propio Jenkins (2008, p. 283) define la *participación* como: “Las formas de implicación del público que se hallan más condicionadas por los protocolos culturales y sociales que por la tecnología misma”. Lo cual le permite conceptualizar la *cultura participativa* como aquella “en la cual se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos” (Jenkins, 2008, p. 277).

Albornoz (2007), ante la referida ambigüedad del concepto de interactividad, se inclinó por validar el concepto de participación de los lectores, enfatizando en su naturaleza restringida y sujeta a controles por parte de los medios masivos.

Por su parte, Rost (2012) indicó que en los estudios más recientes sobre el periodismo contemporáneo hay una tendencia a desvalorizar el concepto de interactividad y a privilegiar otras figuras como la de *periodismo participativo* o *periodismo ciudadano*.

2.2 Metodología

La observación sistemática de los sitios Web de los medios periodísticos seleccionados (*eltiempo.com* y *elespectador.com*, *semana.com* y *lasillavacia.com*), cuyos

datos más relevantes se volcaron en una matriz común²³ previamente establecida, así como la realización de entrevistas semi estructuradas con sus editores, fueron las principales herramientas utilizadas en el presente estudio. Para el diseño de la matriz se tuvieron en cuenta un conjunto de ítems o variables que permitieron desglosar las interacciones de los usuarios con los contenidos del sitio web, con los editores y periodistas del medio y con otros usuarios e internautas. La observación de cada sitio Web se realizó durante por lo menos tres jornadas en días diferentes de Abril, Mayo y Junio de 2011, y se acompañó de un diario de campo específico. Las entrevistas a los directores y editores de semana.com y lasillavacia.com se llevaron a cabo durante la segunda semana de Julio de 2011 en las instalaciones de cada medio; las entrevistas con los editores y directores de *eltiempo.com* y *el espectador.com*, se verificaron en la tercera semana de septiembre de 2011 en Bogotá, en sus respectivos lugares de trabajo.

2.3 Hacia una tipología de las herramientas de participación de los usuarios en la prensa digital colombiana

Las herramientas o dispositivos de participación son aquellas interfaces que los editores del sitio Web respectivo ponen al alcance de los usuarios/lectores a fin de propiciar su involucramiento con el medio. Ellas dan lugar a unas zonas o *espacios de participación* de los usuarios, en las cuales se entrelazan esas interfaces con ciertas *prácticas* de participación de los lectores. Estos se involucran en actividades recurrentes que, de un lado, actualizan las potencialidades de participación inscritas en las tecnologías, o dan lugar a “usos desviados” (Scolari, 2004) de las mismas por parte de los usuarios, los cuales resultan socialmente relevantes. De otro lado, las referidas *prácticas de participación de los usuarios* responden a protocolos sociales y culturales que trascienden las prescripciones de los diseñadores de las tecnologías digitales y se inscriben en las tensiones y dinámicas propias de los contextos socioculturales y políticos en los que actúan los sujetos (Jenkins, 2008).

En un estudio publicado por Sergio Llano en el año 2005, se examinaron los 14 medios digitales colombianos más relevantes, tanto en el plano nacional como regional, y se

²³ En el diseño de la matriz de observación de sitios web, se partió inicialmente de la propuesta por el profesor Luis A. Albornoz (Albornoz, 2007), y se ajustó a las particularidades derivadas del objeto del presente estudio.

encontró que solo en cuatro de ellos había foros de lectores, y solo uno contaba con Weblogs y chats. Llano (2005) concluyó que en los medios digitales colombianos había un bajo aprovechamiento de los recursos de hipermedialidad e interactividad. Los sitios webs que sobresalían por una modesta incorporación de recursos interactivos e hipermediales, eran *El País*, *El Colombiano* y *El Tiempo*.²⁴

Cuatro años después, luego de examinar las herramientas que ofrecían a los usuarios *eltiempo.com* y *elpais.com* - los dos portales periodísticos en línea que en 2009 contaban con un mayor volumen de usuarios-, con el fin de posibilitar la interacción con sus lectores, Zúñiga y Duque (2009) concluyeron que “dichas publicaciones siguen trabajando dimensiones simples de la interactividad, propias de la lógica del periodismo impreso”, y que la noción de interactividad que prevalece en los referidos medios “deriva de estrategias de mercadeo, antes que de proyectos que pretenden nuevas formas de producción de la información periodística.”

Por nuestra parte, nos hemos dado a la tarea de describir y analizar una porción de nuestro actual ecosistema mediático y el modo específico como unas interfaces y dispositivos técnicos- provistos por cuatro medios periodísticos digitales colombianos²⁵- se entreveran con las inclinaciones y nuevas prácticas culturales, comunicativas y discursivas de los usuarios.

No sobra llamar la atención sobre la circunstancia de que el objeto de este capítulo se refiere a rasgos muy dinámicos y fluidos de la comunicación digital interactiva, que por lo tanto están sujetos a continuos ajustes e innovaciones, por lo que a lo sumo podemos presentar una fotografía instantánea de un devenir incesante²⁶. No obstante, hemos intentado captar e interpretar algunas de las corrientes más vigorosas que subyacen y orientan las variadas formas y expresiones que afloran a la mirada del observador atento.

²⁴ Hay que tener en cuenta que en el estudio de Llano no se tuvo en cuenta al portal *semana.com*, ni tampoco a *lasillavacia.com* (pues este medio nativo digital nació en 2009); pero sí se examinaron *espectador.com* y *eltiempo.com*.

²⁵ “Los dos primeros medios de prensa en Colombia que crearon sus sitios web fueron *eltiempo.com* (en enero de 1996) y *elpais.com*. En esos primeros años, que se conocen como la Web 1.0, se trataba de volcar simplemente los contenidos del periódico impreso al formato digital, sin ningún nivel de interacción con los usuarios, y casi sin diseño propio. Las zonas de participación de usuarios llegan dos o tres años después de creados los sitios web, a finales de la década de los noventa. En primer lugar los foros de los lectores y luego los blogs”. Entrevista con Carlos García, ex subeditor de *elpais.com* en el lapso 2004-2005, realizada por el autor de esta investigación en diciembre de 2012.

²⁶ El trabajo de campo correspondiente a la Fase I de la investigación de la que se da cuenta en estas páginas, corresponde al periodo Febrero/Octubre de 2011, con algunos complementos posteriores. Los aspectos que se refieren a la cronología de la adopción de las redes sociales por parte de los medios estudiados, se auscultaron en el lapso Noviembre/Diciembre de 2012, y se completaron en Abril de 2014.

Abanico de interacciones

Al ocuparnos de la observación sistemática de los dispositivos y espacios de participación de los lectores/usuarios en las cabeceras de los periódicos digitales, surge ante nosotros un conjunto de interacciones. En primer lugar, figuran las *interacciones del lector con los contenidos digitales* que se divulgan y circulan a través de los medios *on line*. En segundo lugar, aquellas que se establecen *entre el lector y otros sujetos* (los periodistas, los directivos del medio, los personajes o fuentes de la información, otros lectores, etc.)²⁷. No se trata entonces, principalmente, de la manipulación por parte de los usuarios de unos dispositivos o interfaces como un asunto meramente técnico, sino de la actividad desplegada por sujetos que se ponen en interrelación mutua o se apropian de los contenidos mediáticos (en tanto consumidores o productores de contenidos autogenerados por los usuarios), en un entorno tecno-perceptivo determinado y en respuesta a una situación comunicativa particular.

Si nuestra atención se focaliza en la *interacción del lector con los contenidos digitales*, se presentan las modalidades descritas en el **Cuadro 1**, las cuales son compartidas en sus aspectos generales por los cuatro medios estudiados. Desde los rankings de los artículos más leídos, más comentados, más compartidos y la nube de Tags, pasando por la posibilidad de distribuir algunos contenidos del medio entre la red de contactos de los usuarios, hasta aquellos dispositivos que habilitan al lector como productor de contenidos y piezas comunicativas (textos escritos, fotografías, material audiovisual, etc.), tales como los blogs, las secciones de los usuarios o las comunidades de lectores, el posteo de contenidos y comentarios por parte de los usuarios en las cuentas de los medios en redes sociales, entre otras.

En 2011 los sitios web de *semana.com* y *elespectador.com* no disponían de manera visible de interfaces para que los usuarios pudieran enviar correcciones al contenido de la información. Sin embargo, los lectores del primero hicieron un uso imprevisto de la red social Twitter, a través de la cual enviaron a la cuenta del medio las correcciones ortográficas a los contenidos publicados por este, sin que previamente sus editores los hubieran invitado a realizar este control.

²⁷ Alejandro Rost (2012) denomina a las primeras *Interactividad Selectiva* y a las segundas *Interactividad Comunicativa*.

Cuadro 1. Interacción del lector con los contenidos digitales.

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN DEL USUARIO: VARIABLES	PERIODICOS ON LINE			
	eltiempo.com	espectador.com	semana.com	lasillavacia.com
Posibilidad de enviar ajustes o correcciones al contenido de la información por parte del lector	Si	No	No	Si
<i>Ranking de noticias:</i> (Lo más leído, lo más comentado, lo más distribuido)	Si	Si	Si	Si
Nube de Tags	Si	Si	----	Si
El usuario puede crear y subir textos a sitio web	Si	Si	Si	Si
El usuario puede crear y subir material audiovisual o fotográfico al sitio web	Si	Si	Si	Si
Presencia de botones para que el usuario pueda compartir (<i>share</i>) contenidos del medio a través de redes sociales, mail y otros dispositivos.	Si	Si	Si	Si
El usuario puede crear, mantener y alimentar <i>Weblogs</i> o bitácoras en el sitio web del medio	Si	Si	Si	Si
Existencia de cuenta(s) institucional(es) del medio en redes sociales	Si	Si	Si	Si
Hemeroteca	Si	Si	Si	Si
Buscador	Si	Si	Si	Si
Contenidos para dispositivos móviles	Si	Si	Si	No
RSS	Si	Si	Si	Si

Fuente: Datos obtenidos por el autor a partir de la observación sistemática de los sitios Web y entrevistas con sus directores y editores. Los guiones (---) indican ausencia de datos precisos en el medio y la variable respectiva.

La habilitación a los usuarios para subir el sitio Web del medio periodístico material textual, gráfico o audiovisual de su propia autoría, está condicionada en los cuatro medios al cumplimiento de algunos requisitos. En el caso de *lasillavacia.com*, el lector debe ponerse en contacto con la Editora de Usuarios, una periodista que recibe las propuestas de posibles temas por parte de los lectores, los asesora y acompaña en el proceso de elaboración de la pieza informativa hasta su publicación final en el *site*. En los demás medios estudiados, las colaboraciones de los usuarios se canalizan a través de la plataforma que aloja a la respectiva comunidad de usuarios²⁸ del medio, la cual tiene sus propios mecanismos de filtrado y aprobación del material a publicar, aunque en estos casos no se evidenciaron procesos de asesoría al lector por parte del medio.

En ninguno de los cuatro medios estudiados se encontraron evidencias de que estos reconocieran algún tipo de estipendio o remuneración económica a los usuarios por sus contribuciones periodísticas o en contenidos al sitio Web.

La figura del “columnista on line” se diferencia de la del “reportero ciudadano” o de miembro de la comunidad de usuarios. El primero tiene una especie de reconocimiento institucional jerarquizado, que se deriva de su participación en procesos de selección por parte de los editores del sitio Web, según criterios que cada medio define en forma autónoma. El número de columnistas *on line* es relativamente pequeño en cada medio, pero sus textos comparten un espacio reconocible en el sitio Web y tienen una regularidad establecida. El miembro de la comunidad de usuarios, por su parte, no está obligado a pasar por filtros de selección sino que debe cumplir con los requisitos básicos de registro que lo habilitan para enviar sus contribuciones espontáneas a la plataforma específica que el medio ha creado para canalizar esos aportes y contenidos generados por los propios usuarios.

Los cuatro medios auscultados alojan un número más o menos amplio de blogs elaborados por sus lectores, y con la única excepción de *eltiempo.com*, los editores realizan una activa labor en la selección de los blogueros, a partir de algunos parámetros de calidad y pertinencia definidas por cada medio. Jesús A. Sánchez, subeditor de *eltiempo.com*, por su parte, precisó que cualquier usuario registrado tiene la posibilidad de crear y gestionar su blog en el *site* del medio, sin interferencias ni aprobación previa por parte de los editores²⁹.

²⁸ Las comunidades de usuarios son las siguientes: Soyperiodista (*elespectador.com*), Reportero Ciudadano (*eltiempo.com*), Comunidad semana.com (*semana.com*).

²⁹ Entrevista con José Antonio Sánchez, subeditor de *eltiempo.com*, realizada el 21 de septiembre de 2011 en la sede de El Tiempo en Bogotá.

Todos los medios considerados en este estudio, ofrecieron a los usuarios botones para compartir (*share*) los contenidos periodísticos del medio entre sus contactos y seguidores en diversas redes sociales, y a la vez gestionaron sus propias cuentas institucionales en Facebook, Twitter y otras redes sociales y plataformas colaborativas. La cronología y algunos rasgos de esta articulación entre medios periodísticos digitales y redes sociales, se abordará más adelante.

Si nos detenemos en la descripción detallada de los dispositivos de participación de los lectores que habilitan la *interacción de estos con otros sujetos*, surgen las modalidades que se describen en el **Cuadro 2**.

Cuadro 2. Interacción del lector/usuario con otros sujetos

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN DEL USUARIO: VARIABLES	PERIODICOS ON LINE			
	eltiempo.com	espectador.com	semana.com	lasillavacia.com
Foros del lector a partir de noticias	Si	Si	Si	Si
Foros del lector a partir de artículos y columnas	Si	Si	Si	Si
Foros del lector a partir de tema o pregunta del medio	Si	No	Si	Si
Foros o comentarios del lector a partir de video <i>streaming</i>	Si	No	Si	----
Foros o comentarios del lector a partir de video <i>on demand</i>	Si	Si	Si	Si
Cartas del lector (al director)	Si	Si	Si	No
Encuestas y sondeos	Si	Si	Si	Si
Comunidades de lectores	Si	Si	Si	No
Secciones del lector/usuario	No	No	No	Si
Posibilidad de contacto digital con periodistas o reporteros	No	No	Si	Si
Posibilidad de contacto digital con directivos del medio	No	No	Si	Si
Entrevista online con personalidades	No	Si	No	Si
Chat	No	Si	No	No
Videocomentario	Si	No	No	No
Foro virtual vía Twitter	----- ---	Si	----- ---	No
Twitcam	-----	-----	Si	Si

Fuente: Datos obtenidos por el autor mediante la observación sistemática de los sitios webs y entrevistas con sus directores y editores. En los recuadros donde no figura Si o No, sino una línea (-----), se debe entender que no fue posible establecer con absoluta claridad la existencia o inexistencia de esa modalidad de participación en el medio correspondiente.

La existencia de foros de los lectores a partir de noticias, de artículos y columnas, son modalidades presentes en los cuatro medios estudiados. En circunstancias especiales todos han llevado a cabo cubrimientos a través de video *streaming*, aunque no de un modo sistemático; en el caso de *elespectador.com* la herramienta utilizada para hacerlos no habilitaba a los usuarios a postear sus comentarios, y en *lasillavacia.com* no se pudo establecer si en tales cubrimientos se permitió a los usuarios realizar comentarios.

En cambio, los foros de los lectores a partir del video *on demand* se han ido convirtiendo en una práctica habitual en los medios estudiados. Perviven las cartas del lector (o cartas al director) en los sitios web de los medios, como una reminiscencia de las prácticas habituales de la prensa gráfica o de papel, con la excepción de *lasillavacia.com*, un medio que nació directamente en la Web y no se siente atado a tradiciones arraigadas de los medios impresos.

La posibilidad de participar en sondeos y encuestas sugeridos por el medio- y en algunos casos, por los propios usuarios-, así como la posibilidad de contacto digital con los periodistas o reporteros en dos de los medios estudiados, son otras herramientas de participación de los usuarios. En 2011 ni el *espectador.com* ni *eltiempo.com* ofrecían de manera visible en sus sitios webs los mails de contacto con sus editores y periodistas, con la sola excepción del mail de la *Unidad Investigativa de El Tiempo*, que figura en la parte final de las notas publicadas por este equipo periodístico especializado.

Con excepción de *lasillavacia.com*, en los demás medios auscultados existen comunidades de lectores a partir de plataformas especializadas que funcionan de forma paralela y no integrada al *home* principal del medio. Los editores ocasionalmente seleccionan alguna contribución de un usuario publicada inicialmente en la plataforma de la respectiva comunidad de lectores, la destacan y visibilizan en el *home* principal, lo cual constituye más bien una excepción a la regla tácita que prescribe la distinción inequívoca entre los lugares del periodismo profesional y los del periodismo *amateur*.

Por su parte, la experiencia de *lasillavacia.com* es cualitativamente diferente. Las contribuciones periodísticas de los usuarios se incorporan a una sección específica que forma parte del sitio web- no es una plataforma digital independiente o paralela-, y atraviesan por un proceso de edición y de asesoría periodística que lleva a cabo la Editora de Usuarios, cuyo propósito es garantizar unos parámetros básicos de calidad de esas contribuciones. Una vez

publicadas en la sección de usuarios, la pieza periodística del lector goza de una visibilidad semejante a la que tienen las aportaciones de los periodistas profesionales del medio.

Conviene mencionar también los espacios para que los usuarios participen en entrevistas *on line* con personajes relevantes, suministrados solo por *elespectador.com* y *lasillavacia.com*, las cuales sin embargo se circunscriben a coyunturas muy específicas, tales como las campañas electorales, y no se habían constituido en 2011 en una práctica consuetudinaria de los medios digitales estudiados.

Eltiempo.com ofreció a sus usuarios en el periodo referido la opción de grabar y subir al sitio web un “videocomentario”³⁰ en la sección de Especiales Multimedia, y los demás medios utilizaron la red social Twitter para convocar a sus usuarios a sostener diálogos e intercambios con algunos candidatos a las elecciones regionales de 2011.

Asimismo, se pueden describir otras modalidades de participación de los usuarios a partir de recursos audiovisuales, multimedia e hipervínculos, tal y como se aprecia en el **Cuadro 3**. Los contenidos en audio o video *on demand* o *streaming*, las galerías fotográficas, los especiales multimedia, a menudo incluyen llamamientos a los usuarios para que se involucren de algún modo.

Los medios ofrecen enlaces con otros sitios Web de la misma casa editorial o sitios Web externos, aunque en mucha menor proporción.

³⁰ Una modalidad experimental de comentario del lector, en la cual *el site* le ofrece a este la posibilidad técnica de grabar el comentario en video y audio y de subirlo al sitio web. Sin embargo, no fue posible en el contexto de esta investigación examinar de modo sistemático esta experiencia, mas allá del registro de su existencia.

Cuadro 3. Modalidades de participación de usuarios a partir de recursos audiovisuales, multimedia e hipervínculos

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN DEL USUARIO: VARIABLES	PERIODICOS ON LINE			
	eltiempo.com	espectador.com	semana.com	lasillavacia.com
Audio <i>on demand</i>	No	-----	No	No
Audio <i>streaming</i>	No	No	No	No
Video <i>on demand</i>	Si	Si	Si	Si
Video <i>streaming</i>	Si	Si	Si	Si
Gráficos animados	-----	Si	No	Si
Galerías fotográficas	Si	Si	Si	No
Enlaces con otros sitios web de la misma casa editorial	Si	Si	Si	Si
Enlaces con otros sitios web externos a la casa editorial	Si	No	Si	Si
Multimedia	Si	Si	----	----- -

Fuente: Datos obtenidos por el autor mediante observación sistemática de los sitios Web y la entrevista con directores y editores de los medios.

En el siguiente apartado, describiremos algunas de las experiencias de la articulación creciente de los sitios Web periodísticos con las redes sociales, y ofreceremos una cronología al respecto.

2.4 Articulación entre medios y redes sociales

El estudio de los dispositivos digitales de participación de los usuarios de los medios digitales- pese a las restricciones y limitaciones actuales establecidas por las propias empresas- permite visualizar de qué modo los medios *on line* despliegan ante los usuarios un repertorio de potencialidades, que estos- si se dan ciertas condiciones básicas que trascienden las propiedades de la tecnología- pueden llevar al terreno de la acción social y del espacio público, ejerciendo funciones inéditas como usuarios.

Una lectura a contraluz permitiría advertir también el proceso inverso: cómo los lectores jalonan a los medios para introducir cambios que los pongan en sintonía con sus propias audiencias. Esto es lo que se puede evidenciar, por ejemplo, en el modo como los medios han ido incorporando la dinámica de las redes sociales, a partir del reconocimiento- a menudo doloroso para los editores de tales medios- de que los usuarios “habitan” las redes sociales y no profesan un tipo de fidelidad al medio semejante a la que distinguía a buena parte de los lectores de los medios impresos o gráficos.

Como se puede apreciar en la **Cuadro 4**, los cuatro medios digitales considerados en el presente estudio, hacen presencia a través de cuentas propias en las redes sociales Twitter, Facebook y Google Plus. En el caso de Youtube, solo *eltiempo.com* no registra una cuenta propia en esta plataforma, lo que podría explicarse por su interés corporativo de promocionar los canales de televisión de propiedad del grupo multimedia: City TV y Canal El Tiempo, los cuales alojan y divulgan las más importantes piezas audiovisuales asociadas con la empresa periodística.

Solo la mitad de los medios estudiados tienen sus cuentas en Instagram (*eltiempo.com* y *elespectador.com*) y Pintarest (*elespectador.com* y *semana.com*).

La presencia progresiva de los medios estudiados en las redes sociales comenzó en el mes de octubre de 2007, cuando *eltiempo.com* creó su cuenta oficial en Twitter. Durante el siguiente año se unieron a esta red social *elespectador.com* (en mayo de 2008) y *semana.com* (en diciembre de 2008); por su parte, *lasillavacia.com* lo hizo en marzo de 2009, un par de semanas antes de su fundación formal como medio nativo digital.

La mayor parte de las cuentas de los medios estudiados en la red social Facebook se crearon a lo largo del año 2009, con la excepción de *elespectador.com* que la inauguró tempranamente en marzo de 2008.

En suma, la mayoría de las cuentas de los medios estudiados en Twitter y Facebook se crearon en los años 2008 y 2009.³¹

La cuenta de *eltiempo.com* en Instagram³² data del 6 de noviembre de 2012 y la de *elespectador.com* se creó el 25 de enero de 2013.

³¹ Facebook se creó como red social en 2004, y Twitter dos años más tarde, en 2006.

³² Instagram se creó el 6 de octubre de 2010. El diseño original de la aplicación se hizo para Iphone. A partir de 2012 se divulgó una versión de Instagram para Android.

Cuadro 4. Cronología de la presencia en redes sociales de cuatro medios digitales colombianos³³

REDES SOCIALES	PERIODICOS ON LINE			
	eltiempo.com	elespectador.com	semana.com	lasillavacia.com
Twitter	Si. Desde 2007-10-23	Si. Desde 2008-05-15	Si. Desde 2008-12-12	Si. Desde 2009-03-14
Facebook	Si. Desde 2009-09-29	Si. Desde 2008-03-28	Si. Desde 2009-05-19	Si. Desde 2009-06-02
Google +	Si.	Si.	Si.	Si.
Youtube	No.	Si. Desde 2010-09-21	Si. Desde 2008-01-11	Si. Desde 2009-02-05
Instagram	Si. Desde 2012-11-6	Si. Desde 2013-01-25	No.	No
Pintarest	No.	Si.	Si.	No.

Fuente: Datos recolectados por el autor a partir de la observación de las cuentas de cada medio en redes sociales. Para el caso de Twitter, se consultó el sitio Web especializado: www.tweetgrader.com.

No se fue posible precisar la cronología de la presencia de los medios estudiados en *Google Plus*, pero se debe tener en cuenta que dicha red social comenzó a operar el 28 de junio de 2011. Tampoco se obtuvo la fecha de creación de las cuentas de los dos medios reseñados en la red social *Pintarest*, la cual comenzó a funcionar en marzo de 2010 y un año después lanzó su aplicación para Iphone que le permitió multiplicar significativamente el volumen de sus usuarios. Por lo anterior se puede inferir, de un modo aproximado, que la creación de las cuentas de los medios estudiados en las dos redes sociales mencionadas, pudo tener lugar en el lapso comprendido entre el segundo semestre de 2011 y el año 2012.

En el caso de Twitter, se registran en el **Cuadro 4** solamente las cuentas principales del medio, no las subsidiarias o complementarias. Lo usual es que además de la cuenta principal cada medio disponga de varias cuentas en Twitter, con funciones diferenciadas (por sección, contenidos temáticos, regiones, etc).

Las cuentas oficiales en Twitter de *elespectador.com* (@elespectador) y de *semana.com* (@revistasemana), inicialmente fueron creadas por personas ajenas a las respectivas empresas mediáticas, al parecer usuarios o lectores de los medios referidos. Por lo tanto, las empresas se vieron abocadas a gestionar ante Twitter la devolución de esas cuentas

³³ No fue posible conseguir la cronología de la presencia de dos medios en la red social *Pintarest*, pues tal información no se registra en las cuentas de la referida red social. Tampoco se obtuvieron datos cronológicos con respecto a la presencia de los cuatro medios en *Google+*, si bien el comienzo de esta red social tuvo lugar en junio de 2011, a partir de lo cual se puede inferir que la creación de estas cuentas pudo verificarse en el segundo semestre de 2011, aproximadamente.

a los propietarios de las marcas correspondientes. Cuando lo consiguieron, el historial de la cuenta original en Twitter de cada medio se integró al de la cuenta recuperada. Este dato aparentemente anecdótico, ilustra una cuestión más de fondo: cuando los medios decidieron incursionar en las redes sociales, ya los usuarios les habían tomado la delantera, inclusive- como ocurrió en los dos casos referidos- mediante la utilización de la marca de la empresa periodística para nombrar algunas cuentas.

Uno de los usos inesperados de Twitter por parte de los usuarios –como lo indicamos más atrás- , ha sido el de servirse de la red social como un canal para hacer visibles sus evaluaciones críticas sobre la calidad periodística o el enfoque editorial del medio. En algunos casos, como lo reseñaron los editores de *semana.com* y *eltiempo.com* en las entrevistas que sostuvimos con ellos, los lectores realizaron a través de Twitter correcciones ortográficas a las notas publicadas, a menudo salpicadas con comentarios irónicos o sarcásticos.

En otros casos, reaccionaron en forma muy crítica a ciertos enfoques editoriales sobre asuntos de coyuntura, e inclusive crearon *hashtags* específicos para canalizar esas polémicas, como ocurrió con *eltiempo.com*.³⁴ Por su parte, *elespectador.com*, tras recibir de sus usuarios una serie de reclamos por el empleo de un dispositivo de programación automática de trinos desde las cuentas del medio en Twitter, lo cual generaba una redundancia y saturación en el Timeline de los lectores, tomó la decisión de crear el hashtag *#jalóndeorejas* para estimular y canalizar las respuestas críticas de los usuarios con respecto al contenido periodístico del medio.

La primera cuenta en Facebook entre los cuatro medios estudiados la creó *elespectador.com* el 28 de marzo de 2008, pocas semanas antes de retornar a su condición de diario (el 11 de mayo), luego de más de siete años como semanario. Algo más de un año después, el 19 de mayo de 2009, *semana.com* creó su cuenta en Facebook. El 29 de septiembre del mismo año *eltiempo.com* habilitó su propia cuenta en esta red social. La cuenta en Facebook de *lasillavacia.com* se creó el 2 de junio de 2009, un par de meses después de la fundación oficial del medio digital³⁵.

Semana.com fue el primero de los medios -entre los considerados en este estudio- que creó una cuenta en Youtube, el 11 de enero de 2008, y lo hizo con un video corto con imágenes suministradas por *Telesur* acerca de la liberación de las dirigentes políticas Clara

³⁴ Los hashtag *#eltiempostyle*, *#elmiento* y *#eltiempomiente*, fueron algunos de los utilizados durante un periodo por parte de usuarios críticos del medio. El último de ellos lo usó el ex presidente Alvaro Uribe Vélez para controvertir informaciones del medio acerca de su política con respecto a la guerrilla de las Farc.

³⁵ El sitio web *lasillavacia.com* se fundó oficialmente el 31 de marzo de 2009.

López y Consuelo González de Perdomo por parte de las Farc, luego de varios años de permanecer secuestradas por el grupo insurgente. Un año más tarde *lasillavacia.com* creó su cuenta en esta plataforma, unas semanas antes de su fundación oficial. Por su parte, *elespectador.com* habilitó su cuenta en Youtube el 21 de septiembre de 2010, y al año siguiente inició una novedosa experiencia de interacción con los usuarios mediante la serie semanal de videos cortos denominada *La Redacción al Desnudo*, en la que su Director Fidel Cano presenta a los lectores un informe autocrítico de las experiencias del equipo de redacción durante la semana inmediatamente anterior.

Al reflexionar sobre la compleja y tensa relación entre medios periodísticos y redes sociales, surgen tres elementos importantes. En primer lugar, los medios llegan a las redes sociales, en cierto modo empujados y presionados por los lectores, como resultado de las dinámicas comunicativas de los usuarios que se vuelcan masivamente a las redes y desde allí interpelan a los medios.

En segundo lugar, cuando los medios considerados en este estudio crearon sus primeras cuentas en Facebook, Twitter y Youtube, entre 2007 y 2010, lo hicieron sin saber a ciencia cierta qué finalidad y propósito perseguían con ello. Leonardo Rodríguez³⁶, Editor Multimedia de *elespectador.com* aseguró que tenían la intuición fuerte de que debían estar allí, pero no sabían para qué; y Carlos García³⁷, ex editor de redes sociales de *semana.com*, sostuvo que cuando llegó en 2009 a la revista ya estaban creadas las principales cuentas en redes sociales, pero no tenían claro el uso que iban a darles, por lo cual los directivos del medio digital le encargaron que propusiera unas líneas de acción para el trabajo en redes.

Por último, algunos medios han intentado retener y fidelizar a los usuarios para que permanezcan en el *site* del medio y no se vayan a deambular por las redes sociales y el ciberespacio, tratando de imponerles discretamente algunas restricciones a sus posibilidades de navegación libre en la red. El Editor Multimedia de *elespectador.com* reconoció que no era casual que en septiembre de 2011 los botones que debían conducir a las cuentas de ese medio en las redes sociales no estuvieran visibles en el *home* o página de inicio del medio digital (un tiempo después se superó este escollo). Aseguró que la idea en ese momento era retener a los

³⁶ Entrevista con Leonardo Rodríguez, Editor Multimedia de *elespectador.com*, realizada por el autor de esta investigación en Bogotá el 22 de septiembre de 2011.

³⁷ Entrevista con Carlos García, ex editor de Redes Sociales de *semana.com*, realizada vía Skype por el autor de esta investigación el 6 de Diciembre de 2012. García es actualmente (Abril de 2014) Editor de redes sociales y participación de Caracol TV y los medios del grupo Santodomingo.

usuarios en el *site* y no facilitar mediante estos botones en lugar visible que se escaparan hacia las redes y se quedaran en ellas. Un aspiración imposible de cumplir en el mediano plazo, pues en el ecosistema comunicativo actual los usuarios deambulan por el ciberespacio, y no permanecen cautivos de ningún *site* y de ninguna marca mediática, por importante que esta sea. Y si hay una manera de mantener su atención y de que visiten el *site* del medio y permanezcan en él un mayor tiempo, no puede ser otra que la calidad y el interés que despierten sus contenidos y sus espacios de participación de usuarios.

2.5 Resultados del estudio de caso de cuatro medios digitales colombianos

2.5.1 El difícil tránsito de la redacción convergente a la redacción abierta: *eltiempo.com*

El portal de *eltiempo.com* fue el primer sitio web de noticias en el país (se creó el 22 de enero de 1996) y uno de los que cuenta con una experiencia más dilatada en el campo de los medios digitales colombianos. En sus primeras ediciones *on line*, se volcaban la mayor parte de los artículos de la edición impresa, cerca de 300 notas por día. En 1998 se introdujeron en la cabecera digital los primeros foros y el primer chat de un medio informativo colombiano.

En 2001, rememora José Antonio Sánchez³⁸, subeditor de *eltiempo.com*, el portal tenía un equipo de trabajo robusto que se ocupaba de nutrir y alimentar los contenidos periodísticos digitales. En 2005/2006 tuvo lugar una profunda reestructuración de las redacciones de la Casa Editorial El Tiempo (que incluye al menos ocho medios no solo escritos sino audiovisuales y *on line*³⁹), la cual se realizó bajo la consigna de favorecer la “convergencia” en la producción de contenidos periodísticos.

No nos vamos a ocupar en estas páginas del análisis de este modelo de *convergencia* en la organización de las redacciones de un grupo multimedia, que en cierto modo fue pionera

³⁸ Entrevista con José Antonio Sánchez, subeditor de *eltiempo.com*, realizada el 21 de Septiembre de 2011 en la sede de El Tiempo en Bogotá, por Juan Carlos Acebedo y Neyder Salazar (auxiliar de investigación en esta fase).

³⁹ Como detallamos en el capítulo de Introducción, la Casa Editorial El Tiempo (CEET) es una empresa de multimedia, la de mayor envergadura en Colombia, que integra los siguientes medios y plataformas: *El Tiempo* (diario impreso); *eltiempo.com*; *CityTV* (Canal local de televisión en Bogotá); *Canal El Tiempo*; *Revista Motor*; *Revista Don Juan*, y una serie de periódicos regionales como *Tolima 7 días* y otros, así como inversiones en otras empresas del ámbito de la edición de libros y del entretenimiento.

en los medios latinoamericanos, sino para señalar que tras un lustro de implementación de este modelo se advirtió en 2011 la necesidad de recomponer y fortalecer el equipo especializado de *eltiempo.com*, que durante ese lapso había quedado reducido a un grupo pequeño dedicado ante todo a tareas operativas y técnicas. En ese lapso surgieron en todo el globo las redes sociales, con sus impactos en las modalidades de consumo de noticias e interacción de los usuarios con los medios periodísticos *on line*, lo cual hizo indispensable- en la reorganización de 2011- incorporar la figura profesional del Editor de Redes Sociales y Participación (que no existía), como líder de un nuevo equipo de trabajo con funciones muy específicas.

Renata Cabrales⁴⁰, una experimentada periodista digital que se vinculó a comienzos de 2011 como Editora de Redes Sociales y Participación de los medios de la Casa Editorial El Tiempo, señala que si bien para el equipo de Redes que ella lidera “los usuarios son el motor de todo”, todavía hace falta que este enfoque de prioridad del usuario sea apropiado por el conjunto de la redacción, lo cual es uno de los propósitos de su plan de trabajo.

Foro de los lectores

El registro previo de los usuarios es obligatorio para participar en los foros de los lectores de *eltiempo.com*. “Esto permite bloquear a los usuarios que hacen usos inadecuados del espacio, para obscenidades, groserías y demás”, anota Sánchez. En todo caso, continúa, esto es un asunto difícil de resolver, si se tiene en cuenta que cada día hay más de cien nuevas notas diarias en el portal y algunas de ellos pueden motivar hasta 1500 comentarios de usuarios. ¿Cuándo se revisa ese volumen de comentarios?, se pregunta Sánchez. Lo cual remite al argumento de los altos costos que supondría contratar un equipo de periodistas a cargo de “filtrar” o moderar los foros de los lectores.

Los usuarios usan el espacio de los foros (y sus cuentas en Twitter) para remitir correcciones ortográficas o de contenido a los textos de *eltiempo.com*; es característico el tono áspero y de enfado con el que los usuarios del portal se refieren a la calidad del medio y de los periodistas cuando realizan estas correcciones. Los editores tienen la política de responder a los usuarios que reportan errores al medio; llevan una tabla de Excell con los reportes de errores y sancionan a los periodistas que reiteradamente los cometen.

Se precisa entonces, concluye Sánchez, una campaña a favor de la tolerancia, el respeto y las buenas prácticas de participación en los foros. El Editor de Multimedia es el

⁴⁰ Entrevista con Renata Cabrales, Editora de Redes Sociales y Participación de *eltiempo.com*, realizada el 21 de Septiembre de 2011 en la sede de *El Tiempo* en Bogotá, por Juan Carlos Acebedo y Neyder Salazar.

periodista que tiene a su cargo hacer la “jardinería” de los foros de los lectores en *eltiempo.com*, pero esta no es su única responsabilidad. “Hace falta un moderador en los foros que oriente el debate, pero no hay recurso humano para eso”, concluye Sánchez.

Bloggers y columnistas on line

Hay mucha libertad en los contenidos que divulgan los bloggers adscritos a la plataforma de *eltiempo.com*. Según Sánchez, no hay un visto bueno previo de alguien de la redacción con respecto a lo que postean los usuarios, ni aprobación previa por parte de los editores para alojar un blog. En la sección *Debes Leer* del portal, cada día se ofrecen links en forma automática y rotativa a cuatro blogs diferentes de usuarios.

Cada día, además de los columnistas de la edición impresa, en la edición digital hay tres columnistas *on line*, para un total de 21 columnistas *on line* durante la semana en el portal de *eltiempo.com*. Se trata de un ejercicio más acordado entre el medio y el columnista; tiene periodicidad semanal y las columnas se promueven y destacan en el home principal (a diferencia de los bloggers, que postean con una regularidad variable pero sus textos no se incluyen o relievan en el home principal sino en forma ocasional).

El Editor de las páginas de opinión tiene responsabilidad en la selección de los columnistas *on line*. Estos no gestionan personalmente su espacio en el home, sino que envían sus columnas por mail y el responsable de opinión se encarga de subirlas al portal, lo cual también los diferencia del blogueo que es autónomo y autosuficiente.

Redes sociales

Según Renata Cabrales, Editora de Redes Sociales de *eltiempo.com*, en 2011 se advirtió que faltaba fortalecer la relación con la audiencia a partir de gestionar la presencia de la marca (o de las diferentes marcas asociadas a la Casa Editorial⁴¹) en las redes sociales. Ya se había consolidado una redacción “convergente”; ahora hacía falta convertirla también en una redacción “abierta” a los usuarios.

Algunos de los elementos de la estrategia diseñada por Cabrales en 2011 para el área de redes sociales, apuntan a conocer los intereses de las audiencias y sus formas de comunicarse; “importar” toda la producción de los usuarios que sea valiosa hacia la casa editorial y sus

⁴¹ Al momento de realizar la entrevista (septiembre de 2011) había al menos 12 cuentas diferentes de portales de la Casa Editorial El Tiempo en redes sociales; entre ellas, las de *Citytv*, *Donjuan*, *Revista Motor*, *eltiempo.com*. El equipo de redes decidió concentrarse en fortalecer estas cuatro cuentas, que son las claves y de mayor aceptación de las audiencias. Además hay cuentas transaccionales, es decir, que incluyen modalidades de pago por servicios.

plataformas; y “exportar” los contenidos producidos por los usuarios, dándoles visibilidad y contextos.

Otro aspecto de la actividad de la Editora de Redes y su equipo se refiere a la capacitación de los periodistas no sólo en las destrezas necesarias para el uso de las redes sociales, sino en la valoración de su importancia social y comunicativa. Tal propósito se materializó en la elaboración de una Guía Interna para periodistas del portal sobre estos tópicos.

Se buscó también superar la gran dispersión de la presencia de la marca en las redes sociales, ordenando, depurando y dándole un perfil definido a las diversas cuentas de *eltiempo.com* y otras marcas de la Casa Editorial.

2.5.2 Un decano del periodismo impreso ante el vértigo del ciberespacio: *elespectador.com*

El sitio Web *elespectador.com* se inauguró el 29 de mayo de 1996. Los primeros foros de los lectores se habilitaron a partir de agosto del año 2000, y después de 2004 se fueron creando progresivamente los foros en la sección de noticias y de opinión. A partir de marzo de 2008 se incorporaron al *site* videos de Noticias Caracol, que también pertenece al Grupo Valórem.

Según Fidel Cano Correa⁴², director de *El Espectador*:

En los medios impresos o de papel, había una relación muy lejana con el público, a partir de una noción vaga que se tenía de quiénes lo conformaban. Ahora, en el ámbito digital, esta distancia se ha acortado y tenemos reacciones inmediatas de los usuarios a nuestro trabajo, lo cual es algo extraordinario.

“No hay reglas estrictas en la relación con los usuarios. Es una relación de aprendizaje mutuo entre estos, los periodistas y el medio”, puntualiza Cano.

Por su parte, Leonardo Rodríguez, Editor Multimedia de *elespectador.com*, quien lidera el equipo de periodistas que laboran para el portal, estima que “la audiencia se vuelve una fuente más; ahora no solo consultamos al alto gobierno, sino también a la audiencia. De ella surgen nuevas fuentes, pero sin perder de vista por nuestra parte que los datos que suministran se deben verificar con los métodos tradicionales del buen periodismo.”

⁴² Entrevista con Fidel Cano Correa, director del diario *El Espectador*, y con Leonardo Rodríguez Moreno, Editor Multimedia de *elespectador.com*, realizada en Bogotá el 22 de septiembre de 2011, por Juan Carlos Acebedo y Neyder Salazar.

Foro de los lectores

Los editores de *elespectador.com* le conceden mucha importancia a los foros de los lectores, un tópico alrededor del cual surgen entre ellos frecuentes debates acerca de la calidad y el nivel de las opiniones de los foros y qué alternativas podría explorar el medio al respecto. Han descartado la opción extrema por la que se han inclinado algunos medios en el mundo: clausurar los foros en forma temporal o definitiva. Sin embargo, varios columnistas de prestigio han exigido al medio deshabilitar el espacio de los foros en sus columnas, entre ellos el escritor Héctor Abad Facciolince, Mauricio Botero y Osuna, el célebre caricaturista y columnista. “Cuando recibo estas solicitudes de clausurar los foros por parte de algunos columnistas, me siento derrotado en este aspecto y no encuentro una solución eficaz a este problema”, confiesa Fidel Cano.

“El foro es super libre- puntualiza Fidel Cano-. Sólo intervienen los editores en casos extremos: una amenaza de muerte, por ejemplo”. Y luego hace cálculos: si hay un promedio diario de cien notas nuevas en el portal, y algunas de ellas suscitan hasta 1500 comentarios, ¿cuál es el volumen diario de comentarios de los usuarios? Entonces, hacen falta recursos humanos y económicos para moderar los foros de los lectores. “El anonimato en los comentarios es en gran medida el origen del desmadre”, concluye Cano.

Blogueros y columnistas on line

Los bloggers que alojan sus bitácoras en la plataforma de *elespectador.com* se aproximaban a los cincuenta en 2011, la mayoría de los cuales se ocupaba de temas de cultura, sexualidad, muy pocos de política. En general son personas muy cercanas a la casa editorial. Para tener la posibilidad por parte de un usuario de alojar un blog en la plataforma de *elespectador.com*, se debe pasar por un proceso de selección que realizan los editores del mismo. No hay una apertura indiscriminada a los bloggers, aunque sí el interés de aumentar su volumen y la variedad temática de sus contenidos.

En el año 2011 había una nómina de diez o doce columnistas *on line* en el portal. Cuando el periódico pasó de diario a semanario (2001), en medio de una fuerte crisis económica, surgieron los primeros columnistas *on line* entre aquellos comentaristas que se quedaron sin espacio fijo en el impreso. Al retornar años después a la periodicidad diaria en 2008, algunos de ellos volvieron a las páginas impresas de *El Espectador*. Quizá por ese antecedente, la mayoría de los columnistas *on line* del medio sueñan y aspiran con publicar en el impreso, anota Fidel Cano.

Para el director de *El Espectador*, el columnista *on line* se diferencia del blogger en que el primero tiene una regularidad fija, casi siempre semanal, mientras que el segundo tiene mayor interacción con sus lectores, responde a lo que le preguntan y maneja su página con mayor autonomía que el columnista.

Redes sociales

Según Leonardo Rodríguez, la primera cuenta colombiana en Twitter es de enero de 2007, pero la explosión de esta red de microblogging en nuestro país ocurrió aproximadamente a mediados de 2009. “Hay que estar allí y mirar a ver qué sucede, decíamos entonces los editores de los medios de prensa”, rememora Rodríguez.

A partir de mediados de 2011, vincularon por primera vez una profesional que está a cargo de coordinar todo el trabajo con las redes sociales del portal. Karen de la Hoz⁴³, Community Manager de *elespectador.com*, tiene como propósito central de su gestión contribuir a la consolidación de experiencias de periodismo ciudadano asociadas con el portal.

Durante la campaña electoral de 2011, De la Hoz promovió a través de Twitter foros virtuales con candidatos a diversas gobernaciones (como la del Atlántico, entre otras), en los que las preguntas las realizaron los usuarios. Otra experiencia fue la conformación de una galería de fotos de diversas regiones del país acerca de las afectaciones que el fuerte invierno de 2011 estaba produciendo en infraestructuras, cultivos y viviendas. Para hacerla, solicitaron a los usuarios a través de redes sociales el envío de fotografías de las zonas afectadas.

2.5.3 Del imperio de lo impreso al desafío de lo digital: *el caso de semana.com*

Víctor Diusabá⁴⁴, director de *Semana.com*, sostiene que el portal ofrece a los usuarios una variada gama de posibilidades y opciones de participación: los foros de los lectores, blogs, columnistas online, sondeos, la pregunta del día, el subhome de *comunidad semana.com* en el que se realizan ejercicios de periodismo ciudadano, y la interacción con los usuarios a través de Facebook, Twitter y Youtube, principalmente. En su criterio, algunas de las modalidades de participación más interesantes y enriquecedoras son la presencia del medio en redes sociales, los columnistas *online* y los bloggers, así como la intervención de

⁴³ Entrevista con Karen de la Hoz, Community Manager de *elespectador.com*, realizada en Bogotá el 22 de septiembre de 2011 por Juan Carlos Acebedo y Neyder Salazar.

⁴⁴ Entrevista realizada por Juan Carlos Acebedo R. y Neyder Salazar T. (auxiliar de investigación) con Víctor Diusabá y Mauricio Aragón, Director y Editor – respectivamente- del portal *semana.com*, el 12 de Julio de 2011 en las oficinas del portal en Bogotá.

los lectores en los consejos de redacción mediante la consulta por sus temas de interés a través de las redes sociales.

El sitio Web de *semana.com* se inauguró a finales de los años noventa e introdujo posteriormente en los medios masivos colombianos la novedad de la sección de comunidad, abierta a la participación de los usuarios. En el año 2010 Publicaciones Semana adquirió una nueva y más avanzada plataforma para gestionar la comunidad de usuarios, la cual ha implementado en forma progresiva en cada una de las 13 sitios web de las diversas revistas del grupo empresarial y mediático. Desde el primer semestre del año 2011, se puso en funcionamiento la nueva plataforma en *semana.com*.

Con respecto a los foros de los lectores en *semana.com*, Diusabá tiene serios cuestionamientos. “Unos pocos lectores, amparados en el anonimato, bajan el nivel de los foros- asegura-. Son reconocidos y actúan en diferentes medios”. En su criterio resulta imposible para el medio expurgar de los foros los comentarios impropios y los exabruptos, pues se precisaría de un grupo de personas contratadas exclusivamente para esta función. El medio dispone de un software que automáticamente elimina expresiones vulgares en tales espacios, pero no existe una persona individualmente responsable de moderar los foros, y los periodistas no disponen de tiempo para hacer seguimiento continuo y moderar estos espacios.

Más estimulante ha sido – según Diusabá- la experiencia de la integración del portal con las redes sociales⁴⁵. En la sección “La pregunta del día”, que funciona desde mediados de 2010, los usuarios son convocados a responder con su opinión a una pregunta que formula el medio sobre un tema de actualidad informativa, para lo cual pueden usar sus cuentas personales en Facebook o en Twitter y no requieren registro previo en el portal de *Semana.com*. Sin embargo, los editores de la sección se reservan el derecho de realizar una selección de las respuestas que divulgarán en el sitio Web. A través de Twitter los usuarios alertan al medio sobre errores de ortografía o de diseño.

La experiencia de participación de los lectores como ciberperiodistas en la *comunidad semana.com*, revela que los temas predilectos por parte de estos se refieren a denuncias y quejas por la baja calidad de los servicios públicos y privados; los textos se caracterizan-

⁴⁵ La cuenta oficial en Twitter es @RevistaSemana y el 2 septiembre de 2011 tenía 209656 followers. La cuenta oficial en Facebook en la misma fecha le gustaba a 81.122 personas y es la siguiente: http://es-es.facebook.com/RevistaSemana?sk=app_125335964150697. No se incluyen datos oficiales sobre estadísticas de tráfico y de usuarios registrados en el *site* de *semana.com*, pues el director del mismo se abstuvo de suministrarlos atendiendo a políticas de reserva empresarial.

según Mauricio Aragón, Jefe de Redacción de *semana.com* en 2011- por su tono visceral y la ausencia de contextualización de las notas.

Por su parte, Víctor Diusabá considera que el llamado *periodismo ciudadano* de ningún modo puede reemplazar al periodismo profesional que se hace por periodistas organizados en una sala de redacción. Los textos y notas que provienen de los usuarios, así como los comentarios de los lectores, en su criterio, son útiles para detectar temas emergentes que inquietan o interesan a los lectores, o pueden ser consultados como una fuente adicional por parte de los reporteros profesionales. Hoy en día funcionan 16 blogs en el portal de *Semana.com*, la gran mayoría de los cuales son alimentados por usuarios que poseen información especializada sobre las temáticas que tratan: derechos humanos y conflicto, comunidad Lgtb, negritudes, deportes, etc.

2.5.4 Una apuesta a fondo por el periodismo digital: el caso de *lasillavacia.com*

Según Juanita León⁴⁶, directora y copropietaria de *lasillavacia.com*⁴⁷, los usuarios están en el centro de su proyecto periodístico, y no son valorados solamente como público en función de la pauta publicitaria. Los usuarios de LSV se conciben como integrantes de diversas redes: bloggers⁴⁸, economistas, ambientalistas, etc, las cuales se proponen articular alrededor de *lasillavacia.com*, que actúa como una especie de nodo.

Los usuarios de LSV forman parte activa de la sala de redacción, asegura León. Aproximadamente un 30% de los temas y artículos del portal se originan en propuestas de los usuarios, quienes a menudo son invitados a través de las redes a suministrar fuentes y datos para historias en desarrollo, e inclusive a sugerir enfoques para las mismas.

Durante el primer año de existencia del medio (2009), según León, LSV alcanzó 50 mil usuarios únicos al mes; en la coyuntura electoral de 2010, obtuvieron su nivel más alto: 400 mil usuarios únicos al mes. El promedio en julio de 2011 era de 200 mil usuarios únicos al mes.

Según los datos que arrojó una encuesta a usuarios de LSV realizada por sus editores en 2011, el 47% de los usuarios tiene entre 25 y 39 años y el 23 % es mayor de 40 años. La mayor parte de los usuarios residen en ciudades como Bogotá, Medellín y Barranquilla;

⁴⁶ Entrevista realizada por Juan Carlos Acebedo R. y Neyder Salazar T. con Juanita León y Olga Lozano, Directora y Editora Creativa- respectivamente- del portal *lasillavacia.com*, el 14 de Julio de 2011 en las oficinas del portal en Bogotá.

⁴⁷ En adelante, las siglas LSV se usarán para abreviar el nombre de *lasillavacia.com*.

⁴⁸ En julio de 2011 había 17 blogs en el portal de *lasillavacia.com*; su directora informó que planeaban habilitar 5 nuevos blogs y suspender 7 de los existentes que no respondían a los estándares de calidad del medio.

pertenecen a los estratos 4, 5 y 6 en un 48% y el 52% restante a los estratos 1, 2 y 3. El 86% de los usuarios tiene educación universitaria y el 43% tiene estudios de posgrado. El 70 % son hombres.

Las “Reglas de juego para los usuarios” de *lasillavacia.com*⁴⁹ se hacen cumplir en forma estricta en los foros de los lectores, asegura Juanita León. Cada periodista se hace cargo de revisar y moderar los comentarios que aparecen en el foro que se desprende de su texto publicado. En el caso de que a un usuario se le suprima un comentario en el foro, por incumplimiento de las Reglas, se le envía un mail explicativo. Si infringe de nuevo la norma, se le bloquea. En los dos primeros años de existencia del portal (2009-2011), no más de una decena de usuarios fueron sancionados por LSV, y la mitad de ellos solicitaron ser readmitidos con la promesa de acogerse a las reglas para los usuarios. Los periodistas y los bloggers intervienen activamente en los foros de los lectores e interactúan frecuentemente con los usuarios. En parte como resultado de esta política, en los foros de los lectores de LSV prevalece un clima de debate basado en argumentos y en el respeto mutuo⁵⁰.

En la Sección de Usuarios de LSV se habían registrado hasta julio de 2011 algo más de 18 mil personas. El registro incluye la posibilidad de subir una fotografía o avatar, datos del perfil profesional del usuario, y permite llevar un record público de la actividad de este en el sitio Web, a la vez que le concede puntos acumulables por su labor en el portal. El diseño de esta sección- según León- se inspiró parcialmente en el modelo de perfiles de Facebook. Y si bien cada usuario puede realizar sus comentarios en los foros por medio de su *nickname*, los datos de su perfil están al alcance de cualquier otro usuario del portal, lo cual le confiere alta visibilidad a los usuarios en el portal e incentiva un uso más responsable del foro.

Los usuarios son estimulados a proponer sus historias al portal, para lo cual deben ponerse en relación con la Editora de Audiencias, una periodista profesional que los acompaña y asesora en el proceso de edición periodística del texto. Cada semana se publican en el portal un promedio de tres historias elaboradas por los usuarios. Aproximadamente el 40% del tráfico del portal de LSV se obtiene a través de Twitter y Facebook⁵¹.

⁴⁹ Ver las “Reglas de juego para los usuarios” de *lasillavacia.com*: <http://www.lasillavacia.com/reglasdeusuarios>

⁵⁰ Durante la campaña electoral de 2010, *lasillavacia.com* denunció la actividad atípica de un grupo de los que denominó “usuarios fantasmas” que intervinieron en los foros con slogans publicitarios reiterativos a favor de la campaña Santos. Ver: <http://lectoresenlared.wordpress.com/2011/03/28/se-confirma-la-existencia-de-usuarios-fantasma-en-la-campana-electoral-de-santos-en-2010/>

⁵¹ La cuenta principal de LSV en Twitter registraba -el 2 de septiembre de 2011- 66.234 *followers* y su cuenta en Facebook le gustaba a 15.879 usuarios. Algunas de las cuentas oficiales del portal en twitter son: @lasillavacia; @lasilladice; @lasillaenvivo. La cuenta oficial en Facebook: <http://es-es.facebook.com/pages/Lasillavaciacom/86869798098>.

El *Twitterazo*, es la denominación coloquial de una modalidad de cubrimiento periodístico en vivo de acontecimientos relevantes⁵², que mediante la aplicación *Cober It live* integra los trinos informativos de un periodista de *lasillavacia.com* desde el lugar de los hechos, con los tuits de los usuarios reunidos por medio de un *hashtag* común suministrado por el portal para cada cubrimiento, y otros comentarios de mayor extensión digitados por los usuarios conectados al sitio web de LSV. Todo ese material aportado sincrónicamente por múltiples voces, conforma un registro digital que se constituye en un archivo histórico susceptible de ser consultado posteriormente por cualquier interesado. LSV fue el primer medio digital colombiano en realizar este tipo de cubrimientos en vivo de hechos de actualidad utilizando Twitter (León, La Silla Vacía. Eighth ways the Internet changes the way we think about the news, 2011).

2.6 Atisbos e inferencias

De las entrevistas con los editores de los dos medios estudiados, surgen algunos elementos de la controversia que anima en la actualidad el campo de las instituciones mediáticas. ¿Qué lugar debe tener el lector/usuario en el proyecto periodístico de los medios digitales? ¿Si se le otorga un lugar central al usuario en dicho proyecto, qué implicaciones tiene esto para las prácticas periodísticas y la identidad profesional? ¿Es posible conservar intacta en los medios *online* la concepción de los medios y los periodistas como filtros inapelables de la información (*gatekeeping*)?

Las respuestas tentativas a los anteriores interrogantes, varían de un medio a otro y aún dentro del equipo periodístico de cada medio, según las trayectorias y experiencias profesionales de sus integrantes. Desde la noción de que los usuarios son el “motor principal” de la labor periodística de un medio y por tanto están en el centro de su proyecto periodístico, hasta la idea de que simplemente se incorporan como una fuente adicional a las que por tradición se venían cotejando, pasando por el criterio de que los *contenidos autogenerados por los usuarios* serían un mero indicador de temáticas de interés para los lectores, que luego pueden ser apropiadas por periodistas profesionales para darles un cabal desarrollo, asistimos

⁵² El fallo de la Corte Constitucional sobre el referendo reeleccionista en 2010 o el Juicio a la columnista Claudia López por injuria y calumnia a comienzos de 2011, son algunos de los *Twitterazos* más recordados por los usuarios en los años mencionados.

a un despliegue heterogéneo y a menudo contradictorio de valoraciones sobre el papel del usuario en el contexto del periodismo digital interactivo.

En los medios digitales estudiados que crearon sus portales digitales tras décadas de experiencia periodística en soporte papel y sin abandonarlo, se advierten procesos de transición y de ajustes en la cultura periodística, que a menudo tropiezan con frenos y fuertes resistencias.

En la tendencia a la incorporación creciente de dispositivos y espacios de participación e interactividad de los usuarios en los portales digitales de contenido periodístico, como lo plantean Bachmann and Harlowl (2011), intervienen tanto cálculos de costo/beneficio ligados a los intereses corporativos de las empresas mediáticas (para las cuales mayor participación se traduce en aumento del tráfico y este, a su vez, en ventajas en la competencia por la pauta publicitaria), como también eventuales fines democratizadores. Pero quizá el factor que más fuertemente inclina la balanza a favor de la apertura a la participación de los usuarios en los medios digitales, lo constituyan las prácticas cada vez más extendidas de los propios lectores en Internet, que migran en sus consumos hacia aquellos espacios y canales donde puedan vincularse a conversaciones abiertas en las que su propia voz sea escuchada. A modo de ejemplo, son los usuarios los que han empujado a los medios digitales a entreverarse con las redes sociales y hacer presencia en ellas.

Asimismo, se advierten algunas de las tensiones que surgen de la experiencia con los foros de los lectores. A menudo los medios optan por una postura laxa, sobre la base de considerar que la moderación activa de los foros es una labor impracticable, debido al considerable volumen de los comentarios y a la carencia de personal humano suficiente para monitorearlos; a lo anterior se añaden argumentos de tipo legal: asesores jurídicos de los medios recomiendan no intervenir en absoluto en la moderación de los foros, so pena de hacerse legalmente responsables en caso de eventuales demandas por lo que allí afirmen los lectores.

En algo coinciden los editores de los dos medios estudiados: el grado de visibilidad de los perfiles de los usuarios en el sitio web, podría tener alguna incidencia en la responsabilidad con la que estos realizan sus comentarios *on line*.

La mayor parte de los dispositivos de participación de los lectores son comunes a los dos medios descritos, los cuales coinciden en exigir el registro previo para insertar comentarios en los foros y realizar otras funciones interactivas.

Elespectador.com y *eltiempo.com*, incorporan variados dispositivos de participación de usuarios, si bien procuran administrarlos con base en una concepción tradicional del periodismo y sin renunciar a la función de *gatekeeping* como eje de la cultura periodística analógica. En estos portales tienen peso las tradiciones periodísticas heredadas de medios consolidados, de larga trayectoria y prestigio en el periodismo impreso, que mantienen su apuesta fundamental en los medios en soporte papel, como el distintivo principal de identidad de la marca mediática. Empero, la reciente incorporación de periodistas especializados en edición de redes a los referidos medios, ha puesto positivamente en tensión las demandas de los usuarios con las inercias de una inveterada cultura periodística.

El panorama anteriormente descrito es coherente con lo encontrado en un estudio que incluyó a diecinueve medios *online* latinoamericanos, en el que se constata el aprovechamiento todavía “restringido y tímido” de los recursos de la interactividad digital por parte de destacados medios de referencia en la región.⁵³

La importancia de la observación y del estudio sistemático de los sitios Web periodísticos, radica en este caso en la posibilidad de entender los modos como unas plataformas tecnológicas proveen a los lectores/usuarios de herramientas y dispositivos que estos – si se dan ciertas condiciones mínimas- pueden apropiarse para ejercer funciones y tareas que permanecían en un estado de latencia (pues se entrelazan con mutaciones culturales de la sociedad contemporánea), o que se manifestaban preferentemente en un plano privado sin que trascendieran al espacio público.

Los medios *on line* analizados acá, en términos generales, son “tímidos” para ofrecer dispositivos de participación, a menudo por un vergonzante temor a las prácticas autónomas de los usuarios; prefieren mantener dispositivos relativamente controlados. Las tecnologías de comunicación interactiva estarían en condiciones de ofrecer posibilidades más allá de las que los medios proveen en la actualidad a la participación de los usuarios. Romper con estos límites autoimpuestos sería uno de los roles más significativos de los medios *on line* de perfil ciudadano, independientes y /o alternativos.

En la actualidad, los dispositivos de interactividad digital asociados a los medios *online* (y otros que aún no han sido incorporados por timidez o conservadurismo de los

⁵³ (...) These newspapers in Latin America still are following a print-first mentality, adapting the new technologies to fit with old practices, rather than embracing their potential for greater reader participation (Bachmann and Harlow, 2011)

medios), potencialmente permiten expandir y viabilizar esas funciones implícitas o latentes de los lectores/usuarios, concediéndoles *visibilidad y relevancia* en el espacio público mediatizado. En consecuencia, los usuarios cada vez más estarían en condiciones de modificar a su favor los términos y los resultados de varias ecuaciones claves: autor/lector, productor/consumidor, usuario/ciudadano.

Al menos tres factores intervienen en el tránsito posible de la *potencialidad* señalada al terreno de los hechos verificables: los niveles de acceso de los usuarios a la infraestructura tecnológica digital; los ritmos de la alfabetización digital de los ciudadanos; y las tensiones y peripecias propias de la coyuntura histórica y sociopolítica de cada país y del mundo (Castells, Comunicación y poder, 2009).

El encuentro e *hibridación* progresiva entre medios periodísticos *on line* y redes sociales, puede expandir significativamente las posibilidades de participación por parte de los usuarios y ampliar el espacio para el ejercicio de sus nuevas funciones comunicativas, socio-políticas y culturales (Castells, Comunicación y poder, 2009). Antes de ese ayuntamiento, el sitio Web del medio periodístico habilitaba dispositivos para que el usuario pudiese enviar un texto vía mail a uno o varios conocidos, así como para imprimir o comentar el texto en el foro de lectores del portal. Con el auge reciente de las redes sociales, el usuario puede distribuir el contenido del medio entre toda su red de amigos, de *followers* o entre sus círculos de conocidos, o bien puede alojarlo en un grupo en Facebook. En algunos casos puede comentarlo sin registro previo en el *site* del medio desde su propia cuenta en la red social, o puede hacerlo en las cuentas que el medio ha creado tanto en Twitter como en Facebook, con lo cual los espacios del foro se diversifican y amplían más allá del ahora tradicional foro de lectores del portal.

Si bien se amplían por estas vías los espacios del debate público, conviene puntualizar que estos forman parte de una escena pública fragmentada, no uniforme ni general. En las primeras fases de los medios digitales, los blogs de los usuarios y los foros de los lectores fueron los dispositivos más dinámicos de participación; en el último lustro, tales espacios ya “tradicionales” han cedido amplio terreno a la participación de los lectores a través de las redes sociales.

CAPÍTULO III. *LO QUE HACEN LOS USUARIOS: ACTOS DE HABLA, INSULTO POLÍTICO Y NUEVAS FUNCIONES DE LOS USUARIOS EN LOS FOROS DE LOS LECTORES.*

En el primer capítulo, estudiamos los diversos espacios de participación de los usuarios y los aprovechamientos que estos hacen de los dispositivos de interactividad en los cuatro medios digitales que hemos seleccionado. En este capítulo II y en el siguiente, nos proponemos examinar algunas de las nuevas funciones de los *lectores/usuarios* que surgen del estudio de los comentarios *on line* que estos producen en los foros de los lectores de las columnas de opinión. Para lo cual hemos optado por una doble aproximación teórica: la teoría de los actos de habla y la teoría de la argumentación.

Se trata de focalizar la mirada y la reflexión en uno de los dispositivos de participación más típicos de la prensa digital- el foro de los lectores- y en uno de los subgéneros que han surgido del periodismo digital: el comentario *on line* de los usuarios. Al lado de las bitácoras y de sus hacedores: los *bloguers*, el comentario *on line* se constituyó en una de las formas paradigmáticas de participación de los usuarios en las primeras fases del periodismo digital, en el caso colombiano desde mediados de la década de los noventa.

Con la emergencia posterior de las redes sociales, el comentario del lector saltó en gran medida las márgenes del sitio Web de cada medio, y ahora se disemina con amplitud a través de dichas redes por todo el ecosistema comunicativo. Sin embargo, las problemáticas asociadas al *nuevo estatuto del lector* en cuanto productor de sus propios contenidos de opinión (bajo la forma del comentario *on line*), y del foro como espacio de participación de los usuarios y lugar fragmentario del espacio público contemporáneo, mantienen plena actualidad y vigencia, lo cual se puede advertir en los recurrentes debates acerca de la calidad de los foros de los lectores y las pautas de moderación de los mismos que propugnan los editores de los medios digitales, tanto en el plano nacional como internacional.

Habitualmente, el lector/usuario que frecuenta la sección de opinión de los medios digitales no sólo lee las columnas de opinión sino algunos o muchos de los comentarios que otros lectores han dejado registrados en el *site* del medio o en las redes sociales, en una secuencia a veces interminable de respuestas de los lectores, cuya cantidad y vivacidad muchas veces dan cuenta de los múltiples modos como fue leído el texto y como fue

interpretado con base en perspectivas diferenciadas. El examen de este vasto material también nos permite conocer *lo que hacen* esos lectores con el texto: aplaudirlo, condenarlo, contaminarlo con sus propias ideas y percepciones, sacar sus propias conclusiones, hacer llamados a la acción, a menudo injuriar al autor de manera impune y cazar peleas y discordias con otros participantes del foro virtual, o bien, en ocasiones, polemizar con argumentos persuasivos.

3.1 Aspectos metodológicos

En la *Fase II* de la investigación- cuyos resultados presentaré en los capítulos II y III de la presente disertación-, se realizó una selección del corpus de elementos textuales (comentarios de los lectores a columnas de opinión), según los pasos y procedimientos que se explicitarán más adelante. Una vez reunidos estos materiales textuales, fueron examinados a partir de una doble perspectiva: pragmática y argumentativa.

El capítulo II se ocupará de los resultados del análisis pragmático de los comentarios en términos de *actos de habla*, mientras que el capítulo III abocará el estudio retórico y argumentativo de los mismos. Una división que responde sobre todo a la búsqueda de una mayor claridad y orden en la exposición, pero que no desconoce los múltiples vasos comunicantes entre ambas aproximaciones teóricas, ni el hecho de que el acto de *argüir* o *argumentar* se puede estudiar como un *macroacto de habla* de características complejas (León Gómez, 2001, p.9) ⁵⁴

Con tal finalidad, se diseñaron matrices específicas para el análisis pragmático y argumentativo de los comentarios, las cuales se aplicaron a una muestra o selección del universo textual establecido, realizada según la pertinencia de los textos con relación a las variables principales y específicas de la investigación.

⁵⁴ Sostiene Adolfo León Gómez: “La Teoría de la Argumentación puede verse como una continuación, en la perspectiva de la filosofía del lenguaje, de la teoría de los actos lingüísticos, centrada en el estudio del **acto de argüir o argumentar** (...) Un análisis correcto de este acto, requiere enriquecer la teoría searlina de 1969 con la idea de **macroacto**, concepto que debemos al lingüista holandés T. Van Dijk, ya que un argumento requiere de al menos dos microactos, uno que actúa como premisa o justificación y otro que oficia de conclusión o tesis. Además, la argumentación en tanto secuencia ordenada y coherente de argumentos, debería denominarse **megaacto**.” (León Gómez, 2001, p. 9)

Entre otros, se tuvieron en cuenta en el análisis algunos de los siguientes ítems: los diversos tipos de *actos de habla* que realiza el lector/usuario mediante los comentarios, por ejemplo, los insultos y ataques a la imagen pública de diversos actores; el recurso al *ethos* y el *phatos* por parte de los usuarios como fuentes de sus argumentos y comentarios, así como algunos de los *modos de argumentación* utilizados en forma recurrente y característica por los lectores.

Para el tratamiento y organización del material textual de los comentarios *on line*, utilizamos el software *Atlas.ti*, una herramienta desarrollada precisamente para trabajar con materiales cualitativos (textos, entrevistas, audios, imágenes, etc), lo cual implicó la construcción de un conjunto de categorías pertinentes a la situación problemática, que se utilizaron para codificar uno a uno los comentarios *on line* incorporados al corpus.

En una primera aproximación, los códigos o categorías se derivaron de los objetivos de la investigación, así como de sus presupuestos teórico-metodológicos; empero, al finalizar una prueba piloto con una muestra restringida de cien comentarios, se añadieron nuevas categorías derivadas de la observación de dicha muestra, a modo de *categorías emergentes*, y se suprimieron otros de la selección inicial, las cuales se mostraron poco pertinentes. Al concluir el proceso de codificación, se suprimieron otras categorías que no registraron más de diez (10) aplicaciones en el conjunto del corpus examinado.

Criterios aplicados para la selección de la muestra

En la *Introducción* justifiqué la elección de los cuatro medios digitales que se incluyen en el presente estudio. Si bien el presente estudio se realizó sobre los foros de los lectores y no sobre los columnistas de opinión, para la selección del corpus de los foros se estimó conveniente partir de la escogencia de un grupo de columnistas de opinión que permitiera atender a las corrientes o tendencias de opinión política más relevantes durante la coyuntura electoral colombiana de Octubre de 2012, de tal modo que se pudiera garantizar la suficiente pluralidad de los puntos de vista que compiten entre sí por la adhesión o respaldo de los lectores. Asimismo, se tuvieron en cuenta criterios de *relevancia* de los columnistas, definida en términos del reconocimiento público de los mismos, para lo cual se valoraron indicadores como encuestas a líderes de opinión sobre sus columnistas preferidos⁵⁵, los premios o

⁵⁵ En las respuestas a la pregunta formulada a 1760 líderes de opinión colombianos: *¿Cuáles son los columnistas que usted más lee?*, figura la mayoría de los columnistas incluidos en el presente estudio, como parte del top de los quince más leídos por este segmento de la sociedad: Daniel Coronell, 18%; Daniel Samper Ospina, 12%; Daniel Samper Pizano, 11%; Antonio

distinciones recibidos por el ejercicio de su labor como columnista, así como el mayor o menor número de comentarios *on line* que registran sus foros, entre otros factores.

Por lo tanto, la determinación del corpus de los foros se llevó a cabo a partir de la selección previa de un grupo de columnistas ampliamente reconocidos, con buen número de lectores, y que responden a diferentes tendencias de opinión política, a fin de garantizar el carácter pluralista de la muestra de columnistas. Las declaraciones de intención de voto o el llamamiento a los lectores para que votaran a favor de determinado candidato o partido político en las elecciones del 30 de Octubre de 2011, se tuvieron en cuenta como un indicador confiable de la adscripción del columnista a una determinada corriente de opinión política.

A partir de ese elenco de doce (12) columnistas preseleccionados, se realizó la selección de un mínimo de dos y un máximo de tres columnas de opinión- con su foro de lectores correspondiente- por cada uno de los referidos columnistas, para lo cual se valoró la pertinencia del tema de la columna en relación con la coyuntura electoral del 30 de Octubre de 2012; en otros casos, se escogieron columnas que sin aludir en forma directa a esta coyuntura, se ocuparon de temas relevantes de la agenda política durante la misma.

En consecuencia, algunas columnas- y por lo tanto los foros de los lectores que se desprenden de las mismas- se ocuparon de los procesos de elección de Alcaldes y Gobernadores en Bogotá, Medellín y otras ciudades, o bien ofrecían panoramas nacionales del proceso político y eleccionario. Otras columnas, en cambio, se ocuparon de asuntos no estrictamente electorales pero sí de fuerte impacto en la agenda política y mediática: en Octubre y Noviembre de 2011 tuvieron lugar dos hechos claves: el operativo militar del Ejército realizado el 4 de Noviembre de 2011 que concluyó con la muerte de Alfonso Cano, jefe máximo de las Farc; y algunas de las marchas universitarias que obligaron al gobierno a retirar un controvertido proyecto de ley de reforma a la Ley 30⁵⁶. Otros asuntos que se

Caballero, 8%; Salud Hernández, 7%; María Jimena Duzán, 7%; María Isabel Rueda, 5%; Rudolf Hommes, 4%; Alejandro Gaviria, 4%; Héctor Abad Faciolince, 3%; Ramiro Bejarano, 3%; Alfredo Molano, 2%; Felipe Zuleta, 2%; León Valencia, 2%; Mauricio Vargas, 2%; Otros, 10%. Tanto Samper Pizano como Abad Faciolince han requerido a los periódicos digitales donde publican sus columnas la deshabilitación del espacio del foro de lector asociado a sus textos de opinión, con lo cual hubo que descartarlos en la selección del corpus de los foros de esta investigación por sustracción de materia. Ver: *Tercer Panel de Opinión 2011*. Firma encuestadora: Cifras & Conceptos S.A. (medición Junio 20 a Septiembre 20 de 2011). Recuperado el 12 de octubre de 2012 de <http://www.lasillavacia.com/sites/default/files/media/photo/29463/2011.pdf>.

⁵⁶ El 11 de Noviembre de 2011, al día siguiente de la multitudinaria “Toma a Bogotá” por parte del movimiento estudiantil universitario, el presidente Santos radicó en el Congreso la solicitud de retiro del proyecto de reforma a la Ley 30 de Educación Superior, cuyo contenido despertó una serie de movilizaciones estudiantiles de rechazo, algunas de las cuales tuvieron lugar los días 7, 12 y 16 octubre, así como el 3 y el 10 de noviembre de

debatieron públicamente en la coyuntura no se incluyeron en la muestra, a fin de garantizar una mayor cohesión y profundidad en el examen de los contextos referidos.

De este modo, se pudo escoger un conjunto de columnas/foros de lectores que nos permitieran trazar el mapa de algunos hechos políticos y sociales de singular relevancia para el debate público, y reconstruir parcialmente el tejido de los hechos así como lo trama argumentativa correspondiente, a fin de ahondar en la interrelación texto/contexto. Estamos persuadidos de que el análisis de los comentarios *on line* de los lectores debe hacerse en función del contexto específico en el que aparecen; no se trata de disecarlos y tratarlos como proposiciones muertas, sino de insertarlos analíticamente en el debate público del que forman parte y que se nutre de los enunciados concretos, situados, proferidos por los variados agentes o actores sociales, muchos de los cuales no son más que respuestas a otros enunciados.

Cuadro 5. Selección de los foros de los lectores y del corpus de comentarios.

Medio digital	Nombre del columnista	Título de la columna	Fecha de publicación	Asunto	Total de comentarios	Número de comentarios del corpus
<i>eltiempo.com</i>	José Obdulio Gaviria	Los apaciguacionistas	4-10-11	Rechazo a solución política negociada del conflicto armado	80	40
		Diatriba contra los maniqueos	18-10-11	Elección de Alcalde en Medellín	90	45
		El cinismo moral del Colectivo	25-10-11	Crítica al Colectivo de DD.HH José Alvear R	111	55
	Fernando Londoño	El Mayor Ordóñez	19-10-11	Defensa de oficial condenado por falsos positivos	111	56
		Petro	2-11-11	Elección de Alcalde en Bogotá	176	88
	Salud Hernández-Mora	Otra de hampones	22-10-11	Corrupción política y elecciones regionales 30 de octubre	73	37
		Somos pendejos	12-11-11	Muerte de Alfonso Cano, jefe de las Farc	166	83
		Colectivo de estafadores	29-10-11	Crítica al Colectivo José Alvear R.	85	43
	María Isabel Rueda	¿Por quién votar?	15-10-11	Elección de Alcalde en Bogotá	125	66
		¡Que vivan los estudiantes!	22-10-11	Movimiento estudiantil universitario	120	60
		Yo	5-11-11	Elección de Alcalde en Bogotá	118	59
<i>elespectador.com</i>	Alejandro Gaviria	Marxismo de cajón	30-10-11	Movimiento estudiantil universitario	168	85
		Voracidad	13-11-11	Movimiento estudiantil universitario	147	74
	Alfredo Molano Bravo	Malos y buenos negocios	16-10-11	Movimiento estudiantil universitario	210	105
		Esperanza	23-10-11	Elección de Alcalde en Bogotá	180	90

		El contragolpe	13-11-11	Muerte de Alfonso Cano, jefe de las Farc	190	98
	Cecilia Orozco	Por quién no votaría jamás	25-10-11	Elecciones locales y regionales	220	110
		Petro	1-11-11	Elección de Alcalde en Bogotá	132	66
<i>Semana.com</i>	Daniel Coronell	El nuevo patrón	24-09-11	Corrupción política: caso del senador J.C.Martínez	137	68
		La quiebra próspera	15-10-11	Corrupción: el caso AIS	68	34
		El carrusel Torrado	30-10-11	Corrupción administrativa	52	26
	León Valencia	Los ganaderos son la llave	8-10-11	Solución política negociada del conflicto armado	44	22
		Santos, Petro y Uribe	5-11-11	Elecciones locales y regionales del 30 de octubre	46	23
		Educando a la Ministra	12-11-11	Movimiento estudiantil universitario	45	23
	Daniel Samper Ospina	Pasar de Samuel a Petro	1-10-11	Elección de Alcalde en Bogotá	98	49
		Te amo Petro	5-11-11	Elección de Alcalde en Bogotá	49	25
		Carta al director del manicomio de Sibaté	12-11-11	Uribe Vélez y elecciones locales y regionales del 30 de octubre	122	61
	Antonio Caballero	La Unidad Nacional	30-10-11	Elección de Alcalde en Bogotá	40	20
		El innombrable	5-11-11	Uribe Vélez	88	44
<i>Lasillavacia.com</i>	Claudia López	Un pícaro con suerte	22-5-11	Elecciones de Octubre y favorabilidad de Uribe Vélez y Santos	63	63
		Uribe en sus reales proporciones	9-03-11	Destape de corrupción durante gobierno de Uribe Vélez y popularidad	82	82
		Mirándonos el ombligo	5-06-11	Corrupción política en elecciones regionales	61	61
Totales					3497	1861

En el **Cuadro 5** se relacionan los nombres de los periodistas de opinión, las columnas seleccionadas, el medio digital en el que fueron publicadas, el volumen de comentarios de los lectores, entre otros datos de interés. De allí se desprende que el corpus se conformó con 32 foros de los lectores que se desprenden de un número equivalente de columnas publicadas por 12 columnistas de opinión, pertenecientes a 4 medios digitales colombianos.

Debido a la alta variabilidad que se registra en el número de los comentarios de los lectores por cada foro - en algunos casos se postearon menos de cuarenta comentarios, y en otros más de doscientos-, y a la conveniencia de establecer un corpus con un volumen adecuado de comentarios que permitiera realizar una codificación y análisis de cada uno – así por códigos o categorías generales- en un tiempo acorde con el cronograma de la investigación y con el recurso humano implicado en la misma, se definió tomar una muestra equivalente aproximadamente al 50% de los comentarios de cada uno de los foros previamente seleccionados, con los cuales se conformó el *corpus de la investigación*. Así las cosas, si un foro registraba 200 comentarios, se escogieron los 100 primeros en orden cronológico de aparición; en algunos pocos casos, se añadieron algunos comentarios adicionales al corpus de cada foro, con el fin de recuperar secuencias completas de intercambios entre usuarios o series consecutivas de comentarios consecutivas de un mismo usuario.

El procedimiento descrito se aplicó a la mayoría de los medios del estudio, con dos excepciones. Al caso de *eltiempo.com* se le aplicó un criterio específico. En efecto, dado que el medio discrimina los usuarios/comentaristas en dos grupos: los identificados y los no identificados, otorgándole mayor visibilidad a los textos de los primeros, los cuales aparecen en primer lugar en foro, en la muestra se tomaron también estos comentarios en primer lugar y luego se completó con los de los usuarios “no identificados”⁵⁷. El otro caso excepcional fue el de *lasillavacia.com*, que detallaremos más adelante.

Además de los anteriores criterios, las columnas seleccionadas debían contar con un número mínimo de 40 comentarios de los lectores, con lo cual se le daba relevancia a la mayor participación de los mismos en los foros.

El resultado de esta selección del corpus arrojó los siguientes datos generales:

Total de comentarios registrados en los 32 foros de los lectores seleccionados para el estudio: 3497.

⁵⁷ La discriminación que establece el diario entre usuarios identificados y no identificados, remite al grado de detalle de los datos personales aportados por el usuario en el momento del registro. Ambos son usuarios registrados en el site.

Muestra del 50% del volumen anterior: 1748.5

El corpus definitivo de comentarios de la investigación se conformó con un total 1861 comentarios, un volumen ligeramente superior al 50% del total de los comentarios registrados en los 32 foros, debido a que en varios casos se añadieron otros comentarios a la muestra de cada foro, a fin de no interrumpir de modo abrupto algunas series consecutivas de comentarios de un mismo usuario o intercambios relativamente sincrónicos entre dos o más usuarios.

Un elenco de 12 columnistas seleccionados, de los cuales se escogieron tres columnas por cada uno de ellos, excepto en los siguientes casos en los que se incluyeron solo dos columnas: Antonio Caballero, Alejandro Gaviria y Cecilia Orozco.

En resumen, tenemos los siguientes datos:

Un total de 12 columnistas de 4 medios, así: cuatro de *Semana.com*, cuatro de *eltiempo.com*, tres de *elspectador.com*, y uno de *lasillavacia.com*. El número total de columnas seleccionado en el corpus es de 32 columnas con sus respectivos foros de lectores.

En el caso de *lasillavacia.com*, el único medio exclusivamente en formato digital que se incluyó en el estudio, se incluyeron en la muestra tres foros derivados de un número igual de columnas de Claudia López, tomadas en una franja de tiempo de varios meses durante el año 2011 (no exclusivamente de octubre y noviembre de 2011, como se hizo con el resto de columnistas), debido a la irregularidad temporal de sus textos de opinión. Asimismo, en los foros de Claudia López se incluyeron en el corpus todos los comentarios de los foros seleccionados y no solo una muestra de los mismos. Para decidir el anterior criterio se tuvieron en cuenta los siguientes elementos: la figura del columnista de opinión no existía en el medio, el cual vincula a sus colaboradores permanentes bajo la modalidad de bloggers; para el caso de Claudia López, se hizo una excepción a esa norma y se dio el paso de bloguera a columnista con una regularidad quincenal, que no obstante no se cumplió en forma estricta por parte de la columnista, quien publicó sus contribuciones en forma más bien esporádica.

López, quien había sido por varios años columnista regular de *eltiempo.com*, adquirió relieve e influencia como periodista de opinión e investigadora de temas de actualidad política, a partir de sus tempranas denuncias sobre lo que luego se denominó “parapolítica”, un escándalo político y judicial que permitió develar las lazos entre decenas de parlamentarios de la coalición uribista y el paramilitarismo. El mencionado periódico suprimió su columna de manera unilateral a modo de sanción por una columna en la que López criticaba el sesgo en el

cubrimiento de la campaña electoral de 2010 a favor del candidato Juan Manuel Santos, en ese momento accionista de la casa editorial. Desde entonces, *lasillavacia.com* acogió a Claudia López en su portal, inicialmente como bloguera y luego como columnista, aunque sin una regularidad fija en sus contribuciones.

La ausencia de otros columnistas en el portal *lasillavacia.com* durante el periodo estudiado, tratamos de compensarla en parte incluyendo al corpus todos los comentarios de los lectores que figuran en los foros de las tres columnas de Claudia López que fueron seleccionadas. Esta particularidad permite advertir también algunos de los rasgos que diferencian, al menos en el caso colombiano, la prensa tradicional en formato de papel, y los nuevos medios en soporte exclusivamente *on line*, que apelan más a la figura del bloguero que a la del columnista.

3.2 La coyuntura electoral de octubre de 2011

En este apartado se trata de ofrecer una versión condensada del contexto político y electoral colombiano durante la campaña electoral de octubre de 2011- y algunos de sus desarrollos ulteriores-, con los principales hechos, actores o agentes, tendencias, lo cual resulta indispensable para situar en el contexto las intervenciones discursivas de los agentes políticos. Si bien en el propio análisis textual se ofrecen indirectamente numerosos datos del contexto, acá presentamos un mapa introductorio, el cual resulta absolutamente indispensable para la mirada de un eventual lector extranjero.

Como lo reseñamos en el capítulo de Introducción, las elecciones presidenciales realizadas el 20 de Junio de 2010 le dieron el triunfo a Juan Manuel Santos Calderón, candidato del Partido de la U, con más de 9 millones de votos, quien se impuso en segunda vuelta sobre el ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus, aspirante por el Partido Verde, el cual obtuvo algo más de tres y medio millones de votos⁵⁸. Santos se presentó a los comicios como el heredero político de Alvaro Uribe Vélez, quien finalizaba ocho años de un controvertido mandato (2002-2010) con altos índices de popularidad en las encuestas, pese a los escándalos e investigaciones judiciales que lo involucraban a él y a su círculo cercano de colaboradores

⁵⁸ Juan Manuel Santos, obtuvo en la segunda vuelta de junio de 2010 un total de 9.028.943 votos, equivalentes al 69% de los sufragios; por su parte, Antanas Mockus alcanzó 3.587.975 votos, equivalentes al 27% de los sufragios.

en graves casos de corrupción, así como en el espionaje ilegal a la Corte Suprema de Justicia, a miembros de la oposición política y a varios periodistas independientes.

Santos participó de modo activo en la organización del Partido de la Unidad Nacional (más conocido como Partido de la U) y en la campaña por la reelección de Uribe en 2006. Luego, fue designado por éste como Ministro de Defensa durante su segundo mandato (2006-2010) y desde esa posición capitalizó a su favor la ofensiva militar del Estado contra las Farc y algunos golpes contundentes contra los miembros del Secretariado de la organización insurgente. De origen liberal y miembro de una familia que fue propietaria durante la mayor parte del siglo veinte del más importante diario y grupo de medios colombianos (La Casa Editorial El Tiempo CEET), Santos había sido anteriormente Ministro de Comercio Exterior, Ministro de Hacienda y Designado, durante los mandatos del conservador Andrés Pastrana y del liberal Cesar Gaviria. En el periodo en el que ejerció como Ministro de Defensa, Santos y Uribe Vélez se vieron obligados a reconocer públicamente en rueda de prensa la existencia de una serie sistemática de centenares de asesinatos de jóvenes humildes en todo el país por parte de miembros del ejército, los cuales fueron presentados falsamente como integrantes de la guerrilla, para obtener bonificaciones en dinero por parte de oficiales y para manipular los índices de eficiencia en la lucha contra la insurgencia. El alto gobierno negó sin embargo su responsabilidad en estos hechos y descargó la culpa en miembros aislados de la oficialidad castrense, a varios de los cuales retiró del servicio activo.

Por su parte, el ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus- un profesor universitario que devino político independiente-, adelantó una campaña electoral que expresaba la resistencia al estilo político autoritario de Uribe Vélez, defendió una ética política de tolerancia y diálogo que resumió en la fórmula antiuribista de que “no todo vale” y logró despertar amplios apoyos entre los jóvenes y las clases medias urbanas, en lo que se denominó como la *Ola Verde*, con amplia repercusión en las redes sociales y en Internet. Mockus contó con el apoyo de otros dos ex alcaldes de Bogotá, Lucho Garzón y Enrique Peñalosa, así como el de Sergio Fajardo, ex alcalde de Medellín y su fórmula a la Vicepresidencia, quienes con anterioridad a las elecciones se agruparon en el Partido Verde.

Por su parte, Gustavo Petro participó en la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 2010 como candidato del Polo Democrático Alternativo PDA⁵⁹, una

⁵⁹ Gustavo Petro obtuvo un total de 1.331.267 votos, equivalentes al 9.13% de los sufragios, en la primera vuelta de las elecciones presidenciales realizadas el 30 de Mayo de 2010,

agrupación conformada por sectores y matices de izquierda y de centro izquierda, con una sólida bancada parlamentaria. Antes de ser candidato presidencial por el Polo, Petro se desempeñó como un destacado congresista de ese partido durante varios años, y alcanzó protagonismo político y renombre nacional, en especial por sus denuncias sobre los nexos de Uribe y su gobierno con el paramilitarismo. Gustavo Petro fue un dirigente de rango medio del M-19 en los años ochenta- cuando dicha organización estaba alzada en armas-, permaneció dos años en la cárcel bajo cargos de rebelión y a partir de la recuperación de su libertad adelantó una carrera política destacada en el ámbito electoral y parlamentario.

En las los comicios del 30 de Octubre de 2011 se eligieron alcaldes, gobernadores, concejales y diputados a lo largo y ancho del país. Se trataba, principalmente, de una disputa por la redefinición de los poderes locales y regionales, en un contexto todavía marcado por las herencias vivas de los ocho años de mandato uribista (2002-2010): la pervivencia de los nexos entre política, paramilitarismo y narcotráfico, ahora revestidos con otros ropajes y formas, y las expresiones de clientelismo y corrupción como soporte de los partidos políticos tradicionales abocados a la honda crisis del bipartidismo, así como de los múltiples partidos de corta duración -o empresas electorales- surgidos bajo la sombra del liderazgo caudillista de Uribe Vélez y de sus aliados políticos.

Al seno del Partido Social de Unidad Nacional- más conocido como Partido de la U- , como agrupación política mayoritaria que organizó la campaña de reelección de Uribe Vélez en 2006 y la campaña para la elección de Santos Calderón en 2010, se empezaron a expresar las tensiones entre sus dos líderes principales (Uribe y J.M. Santos), en forma a veces soterrada y otras veces más abierta, pero ambos mantuvieron una alianza electoral en la coyuntura de 2011. El más visible de los apoyos electorales de Uribe lo recibió el candidato del Partido Verde a la alcaldía de Bogotá, Enrique Peñalosa, quien finalmente fue superado en las urnas por Gustavo Petro, del recién constituido movimiento Progresistas.

Aunque Juan Manuel Santos fue elegido presidente con un programa que expresaba la continuidad del proyecto Uribista y la fidelidad a su legado político, tan pronto asumió las riendas del poder el 7 de Agosto de 2010 introdujo ajustes más o menos significativos en algunos ámbitos de ese proyecto, ya reseñados en la Introducción, los cuales fueron interpretadas por el ex presidente Uribe y sus partidarios como una “traición” a su legado político y a la confianza de los electores.

Pocos días después de conocidos los resultados de las elecciones del 30 de Octubre de 2011- que le resultaron desfavorables-, Uribe Vélez formalizó e hizo públicas sus discrepancias con Juan Manuel Santos, y emprendió un camino de oposición a su gobierno que lo condujo a fundar un tiempo después el partido Centro Democrático y a separarse definitivamente del Partido de la U. En las elecciones parlamentarias de 2014, el Centro Democrático obtuvo algo más de dos millones de votos y se constituyó en la segunda fuerza en el parlamento, después del Partido de la U⁶⁰.

El Polo Democrático Alternativo, una confluencia electoral de varios movimientos de izquierda y democráticos que sostuvo una digna postura de oposición en el parlamento durante los ocho años de gobierno Uribista, afrontó las elecciones de 2011 en medio de su más profunda crisis, derivada del grave escándalo de corrupción que salpicó la alcaldía de Samuel Moreno Rojas- dirigente del PDA-, conocido como el “carrusel de la contratación” en Bogotá, y del abandono de sus filas de Gustavo Petro, reconocido ex senador y ex candidato presidencial de ese movimiento político en los comicios de 2010, quien se inscribió como candidato a la alcaldía de la capital del país a nombre del recién creado movimiento Progresistas, y enarboló las banderas de lucha contra la corrupción en la capital participando de modo activo en las denuncias contra los hermanos Samuel e Iván Moreno Rojas. El candidato oficial del Polo a la Alcaldía de Bogotá: Aurelio Suárez- un respetable académico conocedor de los problemas de la capital pero carente de trayectoria y reconocimiento político por parte de los bogotanos-, no logró despertar el entusiasmo de los electores del Polo, los cuales sufragaron en los comicios en respaldo a Gustavo Petro, quien había construido a lo largo de años una sobresaliente imagen pública como líder político alternativo.

Petro obtuvo la victoria en las elecciones de Bogotá con 723157 votos (32.22%) y se impuso sobre los demás candidatos de los diversos partidos: Enrique Peñalosa (24.98%), del Partido Verde en alianza con el Partido de la U y el conservatismo; la independiente Gina Parody en alianza con el ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus (16.76%); Carlos Francisco Galán de Cambio Radical (12,71 %); David Luna del Partido Liberal (4.14 %); y Aurelio Suárez Montoya, del Polo Democrático Alternativo (1,40 %).

La tendencia de independencia política y de respaldo a las opciones de izquierda y alternativas por parte de una franja significativa del electorado bogotano, así como la notable fragmentación de las candidaturas de derecha y centro derecha, fueron bien capitalizadas por

⁶⁰ El partido Centro Democrático obtuvo en los comicios de Marzo de 2014 un total de 2.104.991 votos y 20 escaños en el Senado, solo superado por el Partido de la U que alcanzó 2.263.302 sufragios y 21 escaños en el senado.

Gustavo Petro para conseguir la Alcaldía de Bogotá. El apoyo del ex presidente Uribe Vélez a Enrique Peñalosa desdibujó su candidatura y le restó apoyo de una parte del electorado bogotano.

Petro ganó las elecciones en Bogotá pero al iniciar su gestión debió hacer frente a una mayoría de oposición en el Consejo Distrital. Adicionalmente, tuvo serias dificultades para consolidar su equipo de gobierno en los primeros meses de su gestión.

El 10 de Diciembre de 2012, a partir de un fallo de tutela de la Corte Constitucional, Gustavo Petro expidió un Decreto por medio del cual puso en marcha un nuevo modelo de recolección de basuras en la capital del país, el cual afectaba intereses de poderosos contratistas privados que venían controlando este servicio de tiempo atrás. El Alcalde decidió no prorrogar los contratos de recolección de basuras con empresas privadas y reorganizar este servicio a través de la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de la capital, de carácter público. En el proceso de puesta en práctica de esta decisión, experimentó múltiples dificultades de tipo administrativo que dieron lugar a una crisis transitoria en la recolección de basuras en la ciudad, la cual fue amplificada por los noticieros de televisión y los medios masivos. El 26 de Diciembre de ese mismo año, la Procuraduría General de la Nación inició una investigación disciplinaria contra el alcalde Petro por el manejo administrativo del tema de las basuras en la capital.

En forma paralela, durante los primeros meses de 2013 un grupo de personas lideradas por el representante conservador Miguel Gómez, iniciaron la recolección de firmas para solicitar que se convocara a un proceso de revocatoria del mandato de Gustavo Petro. Finalmente, las firmas fueron validadas por la Registraduría, la cual convocó para el 6 de Abril de 2014 a los electores bogotanos a decidir sobre la continuidad o la revocatoria del mandato del alcalde. Aunque Petro y su equipo objetaron inicialmente el procedimiento de la Revocatoria, tras la sanción disciplinaria impuesta por la Procuraduría optaron por respaldar el proceso como una manera de renovar el respaldo ciudadano a su mandato y de hacer frente a la inminente destitución.

En efecto, el 9 de Diciembre de 2013, el Procurador General de la Nación Alejandro Ordóñez anunció una severa sanción disciplinaria contra Gustavo Petro, consistente en la destitución del cargo e inhabilidad para ejercer cargos públicos por un lapso de 15 años. La respuesta del Alcalde fue la convocatoria de una serie de manifestaciones públicas en la Plaza de Bolívar de la capital del país – en los meses de diciembre y enero -, durante las cuales se

dirigió a la multitud desde uno de los balcones del Palacio de Liévano, así como la instauración de un conjunto de acciones de tutela y la solicitud de medidas cautelares por parte de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), con sede en Washington.

El 14 de enero de 2014, a través de un fallo de Tutela del Tribunal Administrativo de Cundinamarca, se ordenó la suspensión temporal del fallo sancionatorio impuesto por la Procuraduría contra el Alcalde de Bogotá. Sin embargo, pocas semanas después, el Consejo Superior de la Judicatura (4 de Marzo) y el Consejo de Estado (18 de marzo) dejaron sin piso esta y otras tutelas que se habían fallado a favor de Petro, con lo cual recobró temporalmente vigencia la sanción disciplinaria impuesta por la Procuraduría.

El 18 de marzo de 2014 la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), un organismo dependiente de la OEA, emitió medidas cautelares a favor del Alcalde Gustavo Petro y solicitó al Gobierno Colombiano suspender la aplicación de la sanción de destitución impuesta por la Procuraduría y garantizar la permanencia de este en el cargo, hasta tanto no tuviera lugar un pronunciamiento de fondo sobre la presunta violación de derechos políticos individuales y colectivos asociada con este caso. Para la CIDH los funcionarios de elección popular no pueden ser destituidos de sus cargos por autoridades administrativas ni perder sus derechos políticos, sino después de que un juez haya proferido un fallo condenatorio contra el funcionario respectivo⁶¹.

Al día siguiente del anuncio de las medidas cautelares por parte de la CIDH, el presidente Santos informó la decisión de su gobierno de no acoger la solicitud del organismo internacional, y en consecuencia respaldó con su firma la sanción de la Procuraduría contra el Alcalde de Bogotá que ordenaba su destitución. Enseguida nombró como Alcalde encargado de la ciudad a su Ministro de Trabajo, el liberal Rafael Pardo.

Gustavo Petro y el movimiento Progresistas rechazaron la decisión del presidente Santos y le atribuyeron motivaciones políticas relacionadas con la búsqueda de apoyos electorales entre los miembros del Partido Conservador para su campaña por la reelección. Asimismo, presentaron el 26 de marzo al Presidente una terna de integrantes de ese movimiento, con el fin de que Santos seleccionara la persona que actuaría como Alcalde Encargado de la ciudad, hasta la realización de las elecciones *atípicas* que deberían convocarse en pocos meses para que los ciudadanos de la capital eligieran democráticamente el nuevo Alcalde Distrital por el periodo de un año y medio.

⁶¹ Se trata de la medida cautelar 374-13 proferida por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en la resolución 05 del 18 de Marzo de 2014.

El 21 de Abril Santos nombró como Alcaldesa Encargada a María Mercedes Maldonado, una de las ternadas por el movimiento Progresistas, y al día siguiente el Tribunal Superior de Cundinamarca falló a favor de una tutela contra el decreto de destitución que emitió el Presidente, ordenándole al Jefe de Estado que “tome las decisiones a que haya lugar para el acatamiento de la medida cautelar 374-13 proferida por la CIDH en la resolución 05 del 18 de Marzo de 2014”.

En efecto, Santos acató el nuevo fallo de tutela y Gustavo Petro regresó al Palacio de Liévano el 23 de Abril de 2014, donde lo esperaba una multa de 410 millones de pesos (algo más de doscientos mil dólares), impuesta por la Superintendencia de Industria y Comercio, por una supuesta violación a la libre competencia a partir de la expedición del Decreto mediante el cual el Alcalde de Bogotá inauguró un nuevo sistema de recolección de basuras en la capital del país. La Superintendencia ordenó al mismo tiempo modificar ese modelo en un plazo máximo de 6 meses.

El 13 de Mayo de 2014, el Consejo de Estado otorgó medidas cautelares a Gustavo Petro mientras se resuelve de fondo la demanda de nulidad que este presentó en contra de la sanción de destitución del cargo proferida el pasado 13 de enero por la Procuraduría General de la Nación⁶².

3.3. Análisis de los foros de los lectores desde la perspectiva pragmática

3.3.1. Actos de habla en los foros de los lectores

Los usuarios de los medios de prensa digitales llevan a cabo en forma cotidiana un abanico de actos en la esfera pública mediatizada, una parte significativa de los cuales son de naturaleza lingüística, esto es, son *actos de habla*, los cuales se combinan con dispositivos tecnológicos que les permiten hacer el tránsito a la virtualidad. Otros se relacionan con la activación por parte del usuario de una serie de interfaces y dispositivos que se inscriben en la llamada interactividad digital, y no están acompañados de enunciados discursivos; por su esencia operativa los denominamos actos *extralingüísticos*.

⁶² Empero, el 6 de Junio la Corte Suprema de Justicia revocó la decisión del Tribunal Superior de Bogotá que ordenó a Santos reintegrar a Petro a la Alcaldía de Bogotá. La decisión de la Corte Suprema no invalida las medidas cautelares otorgadas a Petro por el Consejo de Estado el 13 de mayo, razón por la cual permanece en el cargo de Alcalde de Bogotá hasta que no se produzca un pronunciamiento de fondo de este organismo, lo cual podría tardar varios meses.

En el presente apartado nos ocuparemos de los muy variados *actos de habla* que tienen lugar en los foros de los lectores de los medios digitales colombianos. Austin (1981) definió los actos lingüísticos o de habla como aquellas cosas que hacemos *al decir algo* o *porque decimos algo*, y los estudio en sus tres dimensiones: actos locucionarios, ilocucionarios y perlocucionarios. Asimismo, definió los *verbos realizativos* explícitos como aquellos que “...explicitan la fuerza ilocucionaria de una expresión, o ponen de manifiesto cuál es el acto ilocucionario que estamos realizando al emitirla” (Austin, 1981,197).

En un comentario del lector, como el siguiente, podemos distinguir con claridad la presencia de varios de estos *realizativos*, a veces de modo explícito y otras de modo implícito:

(...) En Macondo, Santos llama al diálogo “natural” en el congresito, pero advierte que la reforma va porque va. Entonces, ahorrémonos esa “masturbación” mental con los ilegales dueños de la plata y vámonos hacia la movilización. Los estudiantes en Chile tienen en jaque a Piñera. El cajón es para los “falsos” positivos. Hoy derrotaremos al uribismo en Bogotá. Saludos desde el Sur!!! (Agualongo, 30-10-11, *elespectador.com*) ⁶³

Divulgado a fines de octubre de 2011 en el contexto de las marchas universitarias contra el proyecto de reforma a la Ley 30, el comentario de *Agualongo* insta a la movilización callejera de los estudiantes, emulando el ejemplo de las protestas masivas de los universitarios chilenos, *predice* la derrota electoral del uribismo en la capital del país en la jornada del 30 de Octubre y *envía saludos* a los foristas. *Instar*, *predecir* y *saludar*, son justamente *verbos realizativos* que informan de la presencia de posibles *actos de habla* en el texto. En el anterior ejemplo, se puede advertir que pese a la brevedad de los comentarios del lector, en estos usualmente es posible encontrar no solo uno, sino varios posibles actos de habla, que regularmente se integran y coadyuvan a la presentación eficaz de un argumento determinado.

*Verbos realizativos*⁶⁴ presentes en los foros

⁶³ Las citas de los comentarios de los lectores que se harán en los capítulos II y III, conservan en todos los casos la sintaxis y la ortografía originales, según los registros que se obtuvieron directamente de los sitios Web periodísticos. En varios casos, se utilizaron fragmentos o apartes del comentario del lector y no su versión completa.

⁶⁴ Tras examinar los códigos o categorías que utilicé en el escrutinio detallado del corpus textual de esta indagación, mediante el software *Atlas.ti*, y el número de citas que cada código alberga al final de la revisión que hice del corpus- lo cual ofrece una idea *aproximada* del número de veces que una expresión o verbo realizativo aparece en el corpus en comparación con las demás, sin considerar si son actos afortunados o infortunios-, pude establecer la siguiente relación detallada: (DES)ACUERDOS (205); APLAUDIR (184); INSULTAR (177);PREDECIR (79);PROPONER (77);CENSURAR (74);CALIFICAR (49);CONDENAR (36);DEFINIR (29);PROTESTAR (28);AMENAZAR (27);CONVOCAR (15); DISCUTIR (8). Conviene precisar que el primer código mencionado es mixto, e incluye tanto a las expresiones de acuerdo como de

Estar de acuerdo o en desacuerdo, son dos de los realizativos más comunes en los comentarios de los lectores. Lo anterior supone una toma de posición afirmativa o negativa del oyente/lector frente al planteo del hablante/columnista- o de otro usuario del foro-, lo cual resalta la dimensión interactiva y cooperativa de los actos de habla, y las múltiples variantes que supone la posibilidad abierta para el usuario de *coincidir o divergir del hablante*; ya no solo la de allanar el camino de los consensos y del entendimiento racional como postula Habermas, sino también la de hacer visible la trocha de los disensos y discrepancias, de un modo a menudo razonado pero también *apasionado*, sin lo cual un debate democrático carecería de vigor y energía.

Formular predicciones (*predecir*) o *proponer*, son otros realizativos frecuentes, lo cual da cuenta de la vocación de los usuarios de influir sobre las decisiones a tomar en el futuro y la mayor o menor competencia constructiva y prospectiva de los mismos.

En este punto se podría formular un cuestionamiento a la noción extendida – que examinaremos más adelante- de que el foro del lector es una *cloaca* en la que habría poco o nada para rescatar; según nuestra detallada observación de los foros, el *aplauzo* no va a la zaga del *insulto*, y la vocación propositiva no deja de tener notoria presencia en los textos de los usuarios, como indicador de una actitud favorable a la discusión crítica y al debate.

Censurar, calificar, condenar, protestar y amenazar, son otros realizativos con una significativa presencia en el corpus. Asimismo, *definir, convocar y discutir*, con una presencia menor.

A partir de las consideraciones anteriores, nos animamos a plantear la siguiente *hipótesis*: sin desconocer la alta prevalencia del insulto en los foros digitales, estas observaciones sistemáticas destacan un conjunto de acciones positivas de los usuarios, que van desde aplaudir tomas de posición del columnista o de otros usuarios, hasta presentar propuestas y predicciones sobre la evolución futura de los acontecimientos públicos. Es posible que el efecto perlocutivo de los insultos sobre el conjunto de los usuarios, que se traduce en intimidación y alejamiento del foro por parte de una franja de lectores, esté logrando que se pierda de vista la labor productiva/constructiva de un número grande de usuarios en el foro de los lectores.

desacuerdo. Sin darle una forma cuantitativa, en el presente apartado me apoyo en estos resultados para describir la presencia de verbos realizativos en el corpus.

Estar de acuerdo/estar en desacuerdo...con una opinión

En los foros de los lectores de la prensa digital, los usuarios se involucran en intercambios lingüísticos de diverso tipo y alcance, que los compelen a adoptar determinadas tomas de posición frente a las cuestiones en discusión, a los diversos agentes políticos, o frente al propio columnista y a los otros usuarios que participan en el foro. Tales *posicionamientos* de los usuarios/lectores, a menudo revisten la forma de enunciados que incluyen la fórmula “*estoy de acuerdo/ estoy en desacuerdo....*”, en los cuales, sin embargo, es necesario diferenciar los distintos grados de fuerza ilocucionaria, las diversas intenciones y actos de habla que allí pueden tener lugar.

Austin subraya la naturaleza *ambigua* de las expresiones lingüísticas que denotan acuerdo o desacuerdo por parte de los hablantes, en contextos determinados.

En la expresión: “*Estimado Londoño...en esta si no estoy de acuerdo*”, y luego de considerar el contexto específico en que se produce el comentario del lector, podemos inferir que la emisión se asemeja a la expresión “*veo su conducta con desaprobación*”, la cual constituye una descripción de actitudes, estados de ánimo y creencias del hablante. Lo mismo acontece en el siguiente comentario: “*Usualmente me gustan sus puntos de vista sobre diferentes temas, pero creo que esta vez su visión dista mucho de lo que está pasando*”, si bien la actitud del hablante en este caso permanece implícita bajo una fórmula de cortesía. Las manifestaciones de acuerdo o desacuerdo que reúnen estos rasgos se consideran como actos de habla o realizativos de tipo *expositivo*, según la clasificación de Austin (1981).

La fuerza ilocucionaria de la misma o similares expresiones varían en grado e intensidad cuando un usuario dice: “*...quiero expresarle mi desacuerdo*”, dirigiéndose- en este ejemplo- a la columnista Salud Hernández Mora. La expresión referida se acerca al sentido de “*no apruebo*”, y por tanto se puede considerar como un realizativo de tipo *comportativo*, en tanto es una reacción frente a un acto humano o incluye comportamientos hacia los demás dirigidos a exhibir actitudes y sentimientos del hablante. Lo mismo sucede con la expresión: “*Por primera vez estoy en total desacuerdo con usted...*”, con la cual una usuaria interpela de modo directo al columnista Alejandro Gaviria, de quien parece ser admiradora. Se podría argüir que la usuaria no acredita una posición social de autoridad que le permita *aprobar o desaprob* los puntos de vista de Gaviria, quien además goza del renombre de ser el Decano de una prestigiosa Facultad de Economía de la capital del país; teniendo en cuenta el rol que ejerce el autor en el foro como columnista de opinión,

estimamos que la usuaria puede justificadamente controvertir con Gaviria, amparada únicamente en su condición de ciudadana que se interesa por *lo público*, lo que a todos concierne.

Adicionalmente, en otros contextos, “*estoy de acuerdo*” se podría asimilar al sentido de “*consiento*”, lo cual comprometería al hablante con una línea de acción futura, y por lo tanto sería un realizativo de tipo *compromisario*.

Las anteriores variantes de sentido de la expresión “*estoy de acuerdo/en desacuerdo*”, implican diferentes grados de fuerza ilocucionaria y, por lo tanto, diversos tipos de actos de habla. Solo un juicioso análisis del contexto y de la *situación lingüística total* en la cual tiene lugar la emisión, permitiría dilucidar de modo específico estos interrogantes.

Austin sostiene que “*estoy de acuerdo con esa opinión*” no es un realizativo explícito puro, como si lo serían “*Avalo (o confirmo) esa opinión*”. Según este autor, *estar de acuerdo* y *estar en desacuerdo*, forman parte de un grupo de ilocuciones que “parecen ser al mismo tiempo expositivas y compromisorias” (Austin, 1981, 207), entre las que también sitúa: *apoyar, sostener* y *defender*. Gozan por tanto de una ambivalencia que les permite desplazarse entre las fronteras siempre flexibles de la clasificación austiniana.

Por otra parte, como se advierte en el siguiente comentario de una usuaria a una columna de Claudia López en *lasillavacia.com*, los *efectos* sobre el oyente o el auditorio y las *respuestas* que estos ofrezcan al acto ilocucionario del hablante, no son ni homogéneas ni automáticas, sino que involucran una gama amplia de matices y de variantes: “*Como siempre, me parece muy acertado su análisis. Pero dudo que los colombianos hayan alguna vez cobrado en las urnas el comportamiento de la clase política. Así que no creo que empecemos ahora*”. Aquí se advierten algunos de los efectos perlocucionarios de la columna de opinión en el lector. La respuesta del usuario puede ser muy compleja, no simplemente la de estar de acuerdo con el autor y actuar en consecuencia: puede coincidir en todo o en parte con el columnista; puede dudar, disentir, no estar seguro de varios asertos; y puede, asimismo, adoptar conclusiones no concordantes con las que propone el autor.

Habitualmente los columnistas de opinión intentan alcanzar el objeto perlocucionario de *persuadir* y/o *convencer* a sus lectores, pero ¿se logran estos efectos en todos o en la mayoría de los casos? Desde el acuerdo total y sin esguinces, hasta la discrepancia esencial que se sostiene en razones de peso, las respuestas del hablante pueden incluir, entre otras opciones, la duda, la coincidencia esencial no exenta de algunos reparos, y el acuerdo en el

diagnóstico pero no en las alternativas de acción que de él deriva el hablante. Por lo tanto, la obtención del *consenso racional* que postula Habermas como propósito de las interacciones comunicativas, en realidad es solo una – aunque sin duda muy importante- de las diversas posibilidades que se les presentan a los interlocutores, en las condiciones reales y específicas de los procesos de comunicación humana en la esfera digital.

Una cosa es que el hablante se proponga producir los efectos perlocucionarios de *persuadir y/o convencer* (lo cual es algo que ocurre con frecuencia en los foros de los lectores y entre los columnista de opinión, aunque no en todos los casos), y otra es que consiga este resultado de un modo que pueda ser verificable por las respuestas de los otros usuarios. En el caso de las expresiones injuriosas, que examinaremos con más detalle más adelante, el efecto perlocucionario esencial que persigue el hablante es el de *ofender, humillar* y, probablemente, *intimidar* al blanco de sus insultos.

Aplaudir, elogiar, felicitar y agradecer

Los cuatro realizativos incluidos en el intertítulo, suelen ir de la mano en los comentarios de los lectores, se acompañan y se refuerzan entre sí. Muy cerca del aplauso y el elogio, están la felicitación y el agradecimiento. De donde se infiere que los foros de los lectores también son espacios para el encomio y la alabanza, y no solo para la injuria.

“*Muy bien Saludjjj, muchas gracias por escribir lo que muchos colombianos sentimosj*”, le expresa un usuario a la columnista Salud Hernández Mora de *eltiempo.com*.

“*Eres una de las mejores periodistas y columnistas del país, al lado de María Jimena Duzán, Daniel Coronel y Felipe Zuleta...felicitaciones*”, le dice otro lector a Claudia López, columnista de *lasillavacia.com*.

En ocasiones sucede que el elogio va de la mano con la expresión de solidaridad: “*Muy acertadas sus apreciaciones, Sr. Valencia. Aprovecho para solidarizarme con su situación de exilio o destierro forzado, bajo amenazas de muerte que ya se sabe de donde proceden. La “mano negra” no descansa, o mejor, no se cansa...*”. Este comentario de una lectora dirigido a León Valencia, columnista de *semana.com*, tiene lugar en el contexto posterior a las elecciones de Octubre de 2011, cuando Valencia debió abandonar temporalmente el país por amenazas para su seguridad personal. Junto con la columnista Claudia López de *lasillavacia.com*, Valencia tuvo un activo papel al denunciar graves irregularidades en las campañas electorales de las diversas regiones del país, entre ellas la

injerencia protagónica en dichos comicios de organizaciones criminales de diverso tipo y de los políticos implicados en el escándalo de la “parapolítica”.

También ocurre a veces que la alabanza corre paralela con el insulto: *“La columna de don José Obdulio es la mejor del día miércoles, sin lugar a dudas. La de hoy es estupenda. El tal Iván “se peda” las 24 horas”*. De este modo el usuario pone de manifiesto su aprobación al columnista José Obdulio Gaviria y se mofa del representante a la cámara Iván Cepeda, del partido de izquierda Polo Democrático Alternativo.

Algunos usuarios cubren de encomios a los columnistas de su predilección, como un modo de replicar a los ataques personales que estos reciben en los foros de los lectores por parte de otros usuarios: *“Excelente análisis. Estoy totalmente de acuerdo con sus planteamientos; esa es la realidad, aunque a la mano negra no le guste el asunto.”* La ponderación del usuario se dirige al columnista Alfredo Molano Bravo, reconocido escritor y periodista de izquierda, quien usualmente es blanco de improperios en el foro de su columna por parte de usuarios anónimos, a quienes el autor del comentario nomina “la mano negra”, refiriéndose a sectores de la ultraderecha colombiana que actúan subrepticamente para amedrantar a los voceros de posturas favorables a las transformaciones políticas y sociales profundas en el país.

Predecir y pronosticar

Es notable la inclinación e incluso el placer que experimentan algunos lectores/comentaristas al “echar las cartas” o al sentarse frente a la “bola de cristal”, a fin de advertir anticipadamente los sucesos futuros en el ámbito de la política, no importa si al hacerlo invocan un acto mágico de adivinación o una pretendida competencia para visualizar lo que sucederá, a partir de su conocimiento más o menos hondo de los procesos políticos actuales y de sus protagonistas. Los lectores, cómodamente instalados en su *rol de oráculos* contemporáneos, se dan a la búsqueda frenética del augurio, la premonición, el vaticinio, la cábala y la profecía.

“PEÑALOSA GANA DE LEJOS PERO NO DEVEMOS (sic) CONFIARNOS”, anuncia confiado un usuario. *“De todas maneras Petro no tiene votos para derrotar al resto de los aspirantes, cualquiera de ellos, que si pueden hacerlo, obtendrán mas votos que Petro. Ya lo vera”*, anticipa otro con notoria seguridad. Un lector que envía saludos entusiastas desde el sur del país, quizá de Nariño, dice convencido: *“Hoy derrotaremos al uribismo en Bogotá”*. Y otro partidario de Petro se dirige a los activistas del PDA, que apoyaron en esta coyuntura a

Aurelio Suárez, en los siguientes términos: “*Les pronostico el eterno 2% y puede que pierdan contra los votos nulo y los blancos*”.

Un usuario nos anuncia su profecía personal en tono bíblico: “*El miedo es lo contrario al amor, vendrán tiempos en que el amor sea la base no solo de la política, si no de la religión, de la medicina, de las teorías económicas. El que tenga oídos...que oiga*”. El usuario alude a la llamada “política del amor”, que proclamó el alcalde Petro en su discurso de reivindicación de la victoria en las urnas en la capital del país en octubre de 2011.

Según el *Estagirita* (Aristóteles, 2007), el discurso político forma parte integral del discurso *deliberativo*, el cual se ocupa de lo útil así como de lo conveniente, y está relacionado con la deliberación pública acerca de las razones que dan soporte a la toma de decisiones políticas acerca del futuro de la *polis*. Por lo tanto, si el tiempo de este discurso es el *futuro*- en contraste con el discurso forense que se ocupa de lo que ya sucedió, del pasado-, los ejercicios argumentativos de *predecir* y *pronosticar* le resultan inherentes y necesarios.

Mientras que los usuarios uribistas sueñan en los foros con el eventual retorno a la presidencia de Uribe Vélez en el 2014, sus detractores se lo imaginan en el banquillo de los acusados de la Corte Penal Internacional respondiendo por graves violaciones a los derechos humanos. De este modo se disputan los imaginarios de futuro en los foros de los lectores, se argumenta y contraargumenta acerca de lo que todavía no ha sido y, probablemente, nunca será realidad.

Con cierta frecuencia podemos leer en los foros versiones del mismo argumento pesimista y desencantado, según el cual las cosas seguirán siendo igual que antes, pese a los escándalos de corrupción que sacuden a la clase política: “*Desafortunadamente en un país en el que reina el hambre y la miseria poco o nada preocupa quien cómo cuando y dónde se destape la corrupción, se seguirán comprando en las próximas elecciones estomagos vacios y conciencias*”. Una suerte de fatalismo que está firmemente enraizado en las culturas políticas de nuestro país, inclusive en las de signo alternativo, y que permea los imaginarios de futuro de los usuarios.

Preguntar y responder

José Obdulio Gaviria, concluyó su columna titulada “El cinismo moral del Colectivo”⁶⁵, con éste interrogante: “*Muchos preguntan, ¿qué hacer? Ayer asesinaron a 20*

⁶⁵ José Obdulio Gaviria, El cinismo moral del colectivo, 25 de Octubre del 2011, *eltiempo.com*.

soldados. Si el oficial al mando hubiese quedado vivo, ciertos jueces habrían pedido investigarlo penalmente (ver caso Las Delicias). Como murió, el Gobierno recompensó su heroísmo insinuando que fue un inepto. Yo mismo, entonces, me pregunto: ¿qué hacer?' Los lectores que le son fieles a Gaviria se sintieron interpelados y ensayaron respuestas en el foro que son un simple eco de lo que ha propuesto el mismo columnista en ocasiones anteriores.

Uno de ellos, que escribe con el nick de *Gurrupeleta*, respondió:

Convocar de inmediato una asamblea constituyente que reforme la justicia donde se encuentran atrincherados bandidos al servicio de la izquierda mamerta permeados por colectivos de abogados y defendidos por mamertos resentidos de la Corte Interamericana de derechos humanos con el único propósito de esquilmar al Estado Colombiano....

Por su parte, *jorgengo* afirmó:

Debemos promover un referendo, una constituyente de los “verdaderos indignados” colombianos... me ofrezco para recoger firmas para salvar a Colombia de estos jueces podridos y politizados, de estos gobernantes incompetentes, corruptos y trepadores sociales...

En el corpus que hemos examinado se advierten varios tipos o modalidades de interacción lector/columnista, que dependen de las culturas políticas de unos y otros. En la cultura autoritaria que representa José Obdulio Gaviria, se espera que el lector aplauda acríticamente y a lo sumo sirva de eco y de parlante al servicio de la divulgación de la voz del líder de opinión; no se propicia ni se alimenta un verdadero debate crítico de ideas.

En contraste, los usuarios que se adscriben a otras culturas políticas no autoritarias, revelan una mayor independencia de criterio con respecto al columnista. Es lo que ocurre con la usuaria *MariaV2566*, quien se dirige a la columnista María Isabel Rueda, de *eltiempo.com*, a propósito de una columna⁶⁶ en la que esta ponía en entredicho la existencia de razones de peso para la protesta de los estudiantes universitarios colombianos en 2011 contra el proyecto de ley de reforma a la educación superior. Se trata de una serie consecutiva de comentarios firmados por “una estudiante de la universidad del valle que sí sabe leer”, que reunidos configuran una especie de “carta del lector”:

⁶⁶ María Isabel Rueda, “¡Qué vivan los estudiantes!”, 22-10-11, *eltiempo.com*

(...)...esta reforma es claramente inconstitucional, entonces señora, ¿cómo quiere que los estudiantes universitarios no protestemos? Está bien, le doy la razón, no debemos dañar el patrimonio público ni causar disturbios, pero sí tenemos derecho a salir a la calle y protestar por un derecho que nos pertenece.... No a la reforma de la ley 30.

En este comentario, la pregunta que formula la usuaria no busca obtener una información de parte de la columnista, como sucede con la pregunta típica, sino que intenta ponerla en contradicción con sus propias premisas y señalar la inconsistencia de sus tesis. La lectora le concede a la columnista una parte de razón cuando afirma que los estudiantes no deben provocar disturbios ni dañar el patrimonio público durante sus marchas, pero a renglón seguido enfatiza en el derecho a la protesta que les asiste a los jóvenes universitarios, el cual subraya con la emisión de una consigna de lucha que unifica a los manifestantes.

En el siguiente comentario de la referida serie, la misma estudiante/lectora formula una exigencia concreta de respeto y ofrece un “consejo” a la columnista, que en realidad es el recubrimiento de una crítica y una reprobación indirecta a la misma.

Estos temas y muchos más son la razón de nuestras protestas, así que no diga que no hay un porqué protestar. Pues sí lo hay. Le exigimos respeto para con nuestro líder estudiantil, recuerde que la constitución, en este artículo usted está violentando el libre desarrollo de la personalidad y libre expresión y aún peor, está discriminando a una persona que piensa diferente, está cometiendo un delito; (...)Por último, le aconsejo que antes de dar a conocer su opinión, se lea el articulado de la reforma y la Constitución Política. (MariaV2566, 22-10-11, *eltiempo.com*)

La pregunta típica, como sostiene Borzi (1999, 24), es un acto de habla que se distingue porque “el hablante carece de la información necesaria, reconoce que el oyente posee la información y que está en condiciones de transmitirla”. Empero, los foros de los lectores- no menos que las interacciones cara a cara entre las personas-, alojan una gran variedad de modalidades de pregunta diferentes a la típica, las cuales expresan diversas fuerzas ilocucionarias. Por ejemplo, algunas preguntas de los usuarios no buscan recabar información del oyente sino la adhesión por parte de éste a la opinión del hablante. Como en el siguiente comentario de un usuario que interpela a la columnista Cecilia Orozco, a

propósito de un texto en el que ella afirma que no votaría jamás por Petro a la Alcaldía de Bogotá: “*Sera que el PODER FINANCIERO Y OSCURO QUE UD. VALENTEMENTE (sic) MENSIONA DE PETRO, VA MAS ALLA Y COMPRA DESCARADAMENTE LA JUSTICIA? Buena pregunta, no, Cecilia?*”. Por su parte, otro usuario partidario de Petro, increpa a la columnista en los siguientes términos: “*Una pregunta, ¿a quién le está haciendo campaña hoy desde esta columna? ¿está usted dolida por el destape PARAPOLITICO, CIERTO?*”.

Es obvio que los anteriores interrogantes no buscan que el oyente supla un vacío de información del hablante, sino que son recursos argumentativos que sirven al propósito de refutar el punto de vista de la columnista, insinuando de paso motivaciones oscuras o secretas por parte de esta. Desde el punto de vista retórico, se trataría de un tipo de falacia llamada de la “pregunta compleja” (Gómez Giraldo, 1993, 80), que no admite respuestas simples de sí o no, pues involucra varias preguntas en un solo interrogante. En el primer caso, por ejemplo, se podría descomponer la pregunta en dos, del siguiente modo: i) ¿Le está usted haciendo campaña a algún candidato en esta columna?; en caso de que la respuesta sea afirmativa, ii) ¿A quién le está haciendo campaña? “La insidia de la presuposición- sostiene Gómez Giraldo (1993, p.83) a propósito de la “pregunta compleja”- radica en que la información que ella transmite es impuesta al interlocutor de manera implícita y no se le concede aceptarla, como en el caso de la posición (afirmación).”

A diferencia de lo que sucede en los blogs, donde la interacción y el diálogo entre el bloguero y los usuarios es la norma, en los foros de los lectores de la prensa digital el usuario que interpela al columnista no tiene la expectativa de que este le responda, pues no existe esta práctica en los medios colombianos que hemos estudiado, con excepción de *lasillavacia.com*, donde registramos al menos en una ocasión una polémica entre la columnista Claudia López y un usuario en el espacio del foro de los lectores. De allí se podría formular una inquietud en el sentido de si las preguntas que dirigen los usuarios a los columnistas en los foros, estarían atravesadas por *infortunios* debido a la imposibilidad de obtener respuestas efectivas y a la conciencia de esa imposibilidad por parte de los hablantes. Sin el propósito de dar respuesta cabal a este problema, conviene puntualizar que los casos examinados en el corpus de esta indagación, evidencian un uso de la pregunta *no típico* por parte de la mayor parte de los usuarios, en cuanto su propósito implícito no es recabar información del oyente, sino reforzar y acompañar la argumentación del usuario con fines básicamente retóricos y persuasivos.

En el siguiente comentario tomado de uno de los foros de los lectores de *lasillavacia.com*, hicimos el ejercicio ilustrativo de identificar algunos de los *realizativos* implícitos en el texto, los cuales destacamos mediante corchetes []; los verbos que allí colocamos no forman parte literal del texto, sino que los hemos inferido de las diversas expresiones realizativas que utiliza el usuario.

Este será el Annus Horribilis para Uribe y su peligrosa banda delincencial de Los Uribeños [*predecir*]. Aquí los medios de comunicación tradicional tienen gran responsabilidad pues todos estos delitos se cometieron mientras ellos aplaudían al jefe de la banda [*culpar*]. Ellos se defiende diciendo que los escándalos q se descubrieron fueron por ellos. Es cierto, el 0.1% de los delitos cometidos durante la administración de esa banda delincencial fueron descubiertos por la prensa [*conceder*]. Por ejemplo de Cambio de El Tiempo le debemos habernos enterado de AIS, por eso la desaparecieron pues atentaba contra su expectativa del tercer canal. Señores de la prensa porqué callaron con relación al 99.9% del resto de delitos? [*preguntar*]. Hay mucha mediocridad entre ustedes periodistas. Menos mal que el internet les quitó el monopolio de la información a los de siempre. La Silla Vacía es un buen ejemplo de un periodismo serio, profesional y atrevido. Bien por ello [*elogiar*]. Sigán así [*recomendar*] (*Matarife, 10-03-2011, lasillavacia.com*).

Como se advierte, en un comentario del lector de tamaño promedio, fue posible inferir la presencia implícita de al menos seis realizativos, que son el punto de partida para examinar la posible existencia de los actos de habla correspondientes, lo cual supone en todo caso un examen específico de las condiciones del contexto en las que tiene lugar esta emisión, así como del cumplimiento o no de una serie de requisitos que son indispensables para la realización *feliz* o *afortunada* de los actos de habla. Si tales actos considerados aisladamente, como por ejemplo un insulto o una amenaza, no constituyen por sí mismos un argumento, sí pueden ser elementos coadyuvantes en una argumentación, como lo puntualiza Gómez Giraldo (1993).

Actos de habla y nuevas funciones del lector/usuario

En sentido estricto, buena parte de los actos de habla que describo y analizo en los foros de los lectores, no son completamente “nuevos” desde el punto de vista de las funciones del lector. *Estar de acuerdo o en desacuerdo, aplaudir, pronosticar, preguntar*, entre otros, son actos que realiza habitualmente el lector de la prensa gráfica desde mucho tiempo atrás, si bien en espacios o ámbitos más o menos restringidos. Son actos propios de la comunicación humana entendida en un sentido amplio y general, que tienen lugar tanto en las interacciones cara a cara, orales, gestuales, como en las interacciones escritas o audiovisuales. Este tipo de actos especiales de naturaleza lingüística, los estudió originalmente Jhon L. Austin al promediar el siglo XX, es decir, en el periodo de la II Guerra Mundial y la postguerra, cuando la prensa tenía varios siglos de existencia y la radio estaba en su apogeo, mientras que la televisión apenas daba sus primeros pasos experimentales. Luego, su discípulo John R. Searle y otros autores profundizaron en el estudio de los actos de habla.

Según lo anteriormente expuesto en este apartado, ¿podemos denominar o clasificar los *actos de habla* que acompañan a los comentarios de los lectores como parte de las nuevas funciones del lector/usuario de la prensa digital? Si la respuesta es afirmativa, ¿qué sería lo “nuevo” en tales actos?

Propongo considerar que quizá lo nuevo no sea – como ya he dicho- la realización de los actos de habla en sí por parte de los lectores, sino el que estas acciones alcancen la esfera pública mediatizada de un modo y con una amplitud que no eran posibles antes de la masificación de Internet, desatando en ella unos efectos y procesos peculiares y significativos, que hoy son objeto de estudio de varias disciplinas y campos interdisciplinarios.

Los enunciados y las respuestas del lector/usuario a los contenidos informativos y de opinión de los medios digitales trascienden el espacio privado, doméstico, el ámbito laboral y de vecindad, y acceden en un número creciente al espacio público virtual, desterritorializado y fragmentario, en el que las interacciones comunicativas ya no tienen el requisito previo de la co-presencia y de la cercanía espacial del hablante y el oyente, y además pueden gozar del privilegio de la instantaneidad y la sincronía.

Escribir, elaborar y divulgar algún contenido en la red digital por parte de los lectores/usuarios, da lugar a la configuración de un conjunto de actos sociales de naturaleza lingüística (v.g.: elogiar, insultar, pronosticar, apoyar, proponer, etc.), los cuales a su turno pueden desencadenar una diversidad de efectos y de secuelas que van más allá del espacio

virtual. A mediados del siglo veinte, Austin distinguió entre los actos lingüísticos (los cuales ocurren “al decir algo” o “porque decimos algo”) y los actos no lingüísticos o extralingüísticos, que denominó actos “físicos”, ordinarios. Muchas de sus observaciones sobre los efectos de los actos de habla, se pueden extrapolar con provecho para analizar las interacciones digitales contemporáneas.

...los enunciados “tienen efecto” tal como lo tiene, por ejemplo, el bautizar un buque. Si he enunciado algo, ello me compromete a otros enunciados, otros enunciados míos posteriores estarán o no en regla. Además, de allí en adelante otros enunciados u observaciones hechos por los demás estarán o no en contradicción con el mío, lo refutarán o no, etc. Aunque un enunciado no reclama quizá la respuesta, de todos modos ello no es esencial para que haya un acto ilocucionario. Y por cierto que al enunciar estamos o podemos estar realizando actos perlocucionarios de todo tipo” (Austin, 1981, 186):

En otras palabras, no se trata de algo inocuo o “irreal”, como piensan quienes se empeñan en negarle facticidad y eficacia – así sea relativa- a las interacciones digitales y a los actos lingüísticos que por estas vías se verifican.

Los anteriores procesos tienen lugar no solo cuando se producen y distribuyen en la red textos o contenidos originales elaborados por los propios usuarios, sino también al compartir y poner en circulación (*to share*) todo tipo de contenidos mediáticos o elaborados por otros usuarios. De este modo, el lector/usuario configura sus identidades culturales, en parte, mediante las huellas y registros en red de sus consumos culturales relevantes. No es casual que los perfiles de algunas redes sociales, además de datos como el nombre, la profesión, el lugar de residencia del usuario, ofrezcan la opción de postear datos o referencias personales acerca de la música, los libros, las películas favoritas, con lo cual se ofrecen señas reconocibles de la propia identidad en nuestros tiempos.

3.3.2 Usos y abusos del insulto político y del argumento *ad personam* en los foros de los lectores

Asistimos en nuestro tiempo a una suerte de mutación cultural: el lector tradicional de la sección de opinión de la prensa en soporte de papel, que frecuenta a sus columnistas preferidos- en el acto de leer el periódico- y los toma a menudo como referente cotidiano para nutrir sus propias valoraciones sobre los hechos de actualidad, va cediendo espacios al nuevo

hiperlector (Cabrera Paz, 2009) que está emergiendo *de y con* la prensa digital, quien aplaude o censura por escrito - o haciendo un clic sobre un ícono digital- las tomas de posición de los columnistas, y se siente partícipe de un foro mediático junto a otros lectores, con los cuales polemiza sobre ciertos tópicos o establece un toma y dame de injurias, lo cual aparece como síntoma y expresión del clima de opinión ciudadana, así como de las culturas políticas que permean a los diversos usuarios.

Estudios sobre los foros de los lectores realizados en España (Mancera Rueda, 2009; Ruiz *et.al*, 2010) han puesto de presente que en tales espacios de interacción virtual son frecuentes actos de habla como el insulto y el ataque *ad personam*, en desmedro de la búsqueda cooperativa de consensos racionales entre los lectores (Habermas, 1997). Esta tendencia se confirma para el caso colombiano en la indagación que venimos realizando sobre las nuevas funciones de los lectores/usuarios y sus modos de argumentación, a partir de los comentarios *on line* reunidos en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana, durante la coyuntura electoral de 2011, en la cual se eligieron las autoridades locales y regionales a lo largo y ancho de Colombia.

Lo anterior resalta la necesidad de arrojar luces sobre las funciones políticas y pragmáticas de los insultos y los argumentos *ad personam* en los foros de los lectores, así como sobre los nexos de estos fenómenos discursivos con las culturas políticas de los usuarios/lectores y los contextos de polarización que ha experimentado Colombia al menos en la última década.

La *teoría de los actos de habla* ofrece herramientas útiles para estudiar aquellos actos sociales que llevan a cabo los usuarios “al decir algo” y “porque dicen algo” en los foros de los lectores; entre otros, aquellos que se designan con los siguientes *verbos realizativos*: aplaudir, censurar, insultar, amenazar, prometer y convocar. El insulto es un acto de habla de tipo *expresivo e incriminatorio*, por medio del cual el hablante pone de manifiesto su actitud negativa, por ejemplo, frente a un líder político u otro lector participante del foro. Al subrayar la dimensión performativa del lenguaje, la pragmática permite explorar algunas de las nuevas funciones y roles que desempeñan los usuarios/lectores en tanto comentaristas *on line* y sujetos activos en los nuevos espacios de la comunicación digital interactiva.

Según Oscar Landi (1988, 2000), la *cultura política* remite a las formas de intervención de los lenguajes y las culturas en la constitución de los actores y del sistema político. Para Alvarez, Dagnino & Escobar (2001), *cultura política* es la construcción social

peculiar de aquello que cuenta como “político” en una sociedad. Asimismo, toda sociedad estaría marcada por una cultura política dominante, que en el caso de Latinoamérica se expresa mediante rasgos como el *autoritarismo social* y formas atávicas de racismo, sexismo y otras modalidades de exclusión, así como por el temor a los desafíos y trasgresiones que surgen de las culturas políticas de la protesta y la resistencia.

Si insultar es “ofender a alguien provocándolo e irritándolo con palabras o acciones” (del latín *insultāre*, saltar contra, ofender)⁶⁷, su materia prima que es el insulto, es “la palabra o expresión que se emplea para insultar, o bien, la acción que ofende o humilla a alguien”⁶⁸. En este apartado examinaremos el insulto político, una variedad muy frecuente de acto de habla, tal y como se utiliza por parte de los usuarios en los foros de los lectores de la prensa digital colombiana.

Como sostiene Bolívar (2008), el examen de los insultos en el diálogo político adquiere mayor realce en los contextos de polarización política, debido a que los bandos contrapuestos buscan legitimarse, en especial mediante la estrategia de invocar un diferendo inequívoco entre un “nosotros” y un “ellos” (Van Dijk, 2003, 2005), con lo cual configuran sus propias identidades políticas e inciden en las de sus adversarios en la pugna por el poder.

En términos retóricos, el *argumento ad personam* es un “ataque contra la persona del adversario que tiende, principalmente, a descalificarlo” (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989, 186). Los insultos son actos de habla que pueden acompañar o formar parte de un argumento *ad personam*, pero la sola palabra o expresión ofensiva no constituye por sí misma un argumento, pues este se compone, según Toulmin (2007), al menos de una conclusión (C), los datos o fundamentos que le dan soporte (D) y una garantía (G).

A menudo el argumento *ad personam* se confunde con el *argumento ad hominem* sin que su significado sea equivalente, y tal confusión tiene lugar porque los dos tipos de argumento suelen ir entremezclados en el discurso. Según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el argumento *adhominem*, es “el que se funda en las opiniones o actos de la misma persona a quien se dirige, para combatirla o tratar de convencerla.” En determinadas circunstancias, advierten Perelman y Olbrechts-Tyteca, es válido y legítimo “poner al interlocutor en contradicción con sus propias afirmaciones, con las enseñanzas de un partido que aprueba o con sus propios actos”. Y añaden: “Cuando el orador sabe que sus argumentos

⁶⁷ Ver el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Url: <http://www.rae.es/>

⁶⁸ Ver: María Moliner (1998). Diccionario de uso del Español. Madrid: Gredos. Segunda edición. 2 tomos.

no tendrían fuerza ante el auditorio universal, tal como él se lo imagina, a sus argumentos los llamamos *ad hominem*”.

En este sentido Gómez Giraldo (1993,16) precisa que:

...toda argumentación es *ad hominem*, *ex concessis* o *ex datis*, porque sus posibilidades derivan de lo que cada auditorio está dispuesto a conceder. Puesto que el orador debe adaptarse a su auditorio, debe, por lo mismo, partir de premisas- o datos- aceptados por él, sean relativos a lo que es- hechos, verdades, presunciones- sean relativos a lo que debe ser- valores y jerarquías de valores.

El que un acto de habla se considere o no un insulto, es algo que depende de los contextos comunicativos específicos y de la percepción o *evaluación* que los destinatarios y el auditorio realicen de ese lenguaje ofensivo (Bolívar, 2005; 2008). Es sabido que, por ejemplo, entre grupos de jóvenes colombianos contemporáneos el uso de vocablos como *marica*- que en otros contextos resulta injurioso- puede ser percibido como un gesto de familiaridad y confianza. En cambio, cuando los medios divulgaron la grabación de una conversación telefónica privada entre el entonces presidente Uribe Vélez y un oscuro funcionario de la Casa de Nariño⁶⁹, en el que el primero le apostrofó al segundo: “*¡Le voy en la cara, marica*⁷⁰”, nadie consideró que se tratara de un gesto de camaradería por parte del mandatario, sino de una amenaza entreverada con un insulto.

3.3.2.1 Insultabulario y culturas políticas. En las interacciones cotidianas mediadas por el lenguaje, los improperios son moneda corriente: tanto en los roces de los conductores en medio del tráfico urbano, como en las broncas de barrio y en los bares, en especial entre personas desinhibidas que han consumido bebidas alcohólicas, o en las disputas entre las

⁶⁹ La revista *Semana* y otros medios divulgaron el audio de una llamada telefónica privada del entonces presidente Uribe Vélez a un contratista de la Casa de Nariño llamado Luis Fernando Herrera, alias “La Mechuda”, en diciembre de 2007. El presidente le dijo en tono airado a su funcionario que estaba muy “berraco” por las versiones que circulaban de que Herrera le había pedido 15 millones de dólares a Raúl Grajales, un narcotraficante preso, para evitar su extradición a EE.UU. Para escuchar el audio de la conversación, hacer link en: <http://www.citytv.com.co/videos/130942/le-voy-a-dar-en-la-cara-marica-uribe>

⁷⁰ Según el Diccionario de María Moliner, el vocablo *maricón* forma parte del catálogo de los “insultos extraordinariamente groseros y violentos” en lengua castellana, junto a otras expresiones como: *cabrón*, *hijo de puta*, *mamón*, *mierda*, *pedorro*, *puta*.

barras de ciertos equipos deportivos, para indicar solo algunas situaciones por todos conocidas.

En otros ámbitos asociados con el prestigio intelectual como el de las relaciones mutuas entre escritores y literatos, el propio Jorge Luis Borges nos dibujó el sugestivo panorama de lo que denominó “el arte de injuriar”. En el referido ensayo⁷¹, Borges narra una anécdota acerca de un par de tertulianos que discutían en un bar inglés sobre asuntos de teología o de literatura; uno de ellos le arrojó a la cara del otro el contenido de una copa de vino, ante lo cual el ofendido se limitó a replicar, con notable flema inglesa: “Esto, señor, es una digresión; espero su argumento”. Se nos antoja que una escena como la descrita solo podría tener lugar en el gélido Londres pero nunca en el ardiente trópico, donde “hierve la sangre” y las ofensas se suelen responder con otras de más grueso calibre o con actos agresivos.

Pero es en el campo estratégico de las luchas políticas, tanta de aquellas que se libran en el recinto parlamentario como las que se escenifican en los medios masivos de comunicación y- más recientemente- en las redes digitales interactivas, donde con más fecundidad se cosechan denuestos y desaguizados⁷² entre los contendientes. A un punto tal que no es posible entender las funciones y los rasgos del discurso político sin prestar atención a estas modalidades de la palabra ofensiva, lo cual nos sirve de excusa para llamar la atención del paciente lector sobre estos desacreditados productos de la incontinencia lingüística de los usuarios de los foros digitales.

Ramón Alvira Durán, un talentoso periodista liberal de la primera mitad del siglo XX en la provincia conservadora del Huila, bautizó como *Insultabulario* a su intento de recopilar con fines de denuncia el inventario de vocablos zahirientes que los publicistas clericales y conservadores arrojaban periódicamente contra los escritores de publicaban en la minoritaria y perseguida prensa liberal del Huila, durante los años oscuros de la Hegemonía Conservadora (Acebedo R., 2008).

⁷¹ Ver una versión digital del ensayo de Borges “El arte de injuriar” en: <http://www.huelgaosi.galeon.com/literatura/lit-cl-0006.html>. Transcribo el apartado correspondiente: “Aquí de cierta replica varonil que refiere De Quincey (*Writings*, onceno tomo, página 226). A un caballero, en una discusión teológica o literaria, le arrojaron en la cara un vaso de vino. El agredido no se inmutó y dijo al ofensor: *Esto, señor, es una digresión; espero su argumento*. (El protagonista de esa réplica, un doctor Henderson, falleció en Oxford hacia 1787, sin dejarnos otra memoria que esas justas palabras: suficiente y hermosa inmortalidad)”. Agradezco a la profesora Silvia Delfino, del Doctorado en Comunicación de la UNLP, el haber llamado mi atención sobre la pertinencia de este texto juvenil de Borges para mi estudio sobre la argumentación.

⁷² Una de las acepciones del término, según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, es la de *agravio*, *denuesto*, *acción descomedida*. La cuarta acepción del vocablo *desaguizado*, según el Diccionario de Uso del Español de María Moliner, es la siguiente: “Delito, ofensa, insulto o atropello”. Con estos sentidos empleamos el vocablo *desaguizado* en este apartado.

Luego de hacer tan edificantes denuncias a favor de la pulcritud en el discurso político, Alvira Durán y sus copartidarios desahogaban su furia contra sus adversarios azules con recíprocas andanadas de improperios en los artículos de la prensa liberal, con lo cual tenían la sensación de haber logrado un curioso empate. En una cosa sí se diferenciaron: los liberales, a diferencia de sus adversarios “godos”, respaldaron sus libelos difamatorios con su propia firma y renunciaron al anonimato, que era la norma de la prensa clerical en esos años.

Al examinar el abundante material de insultos que alojaron los foros de los lectores durante la coyuntura electoral colombiana de octubre de 2011, la primera sensación es de fatiga y de una cierta confusión. Se levanta con fuerza ante nosotros la metáfora del foro como *cloaca*, que han divulgado con notable éxito algunos columnistas y analistas. ¿Vale la pena detener la mirada crítica en este material escatológico y, por así decirlo, maloliente, en el que la palabra ofensiva aspira a alcanzar la potencia cuasimágica de un conjuro contra las fuerzas del mal?

Hay quienes consideran que este sería un ejercicio inocuo. Entonces, tras reclamar sin éxito una moderación eficaz de estos espacios de participación por parte de los medios, postulan la clausura de los foros de los lectores- como individualmente lo han reclamado destacados columnistas colombianos y de otros países-; o bien, atendiendo más a los imperativos de mercadeo del medio de comunicación que a razones de civismo, otros optan por una actitud entre cínica e impotente, que se traduce en “cruzarse de brazos” y “mirar para otro lado”, pues allí no se podría hacer absolutamente nada. Con estas actitudes, empero, se corre el riesgo de botar el niño junto con el agua sucia de la bañera.

Si remontando los anteriores escrúpulos, nos animamos a incursionar en esta jungla con el ánimo de encontrar semejanzas, tipologías y paralelos, comienzan a aparecer algunas clasificaciones y reflexiones sugerentes. Veamos algunas.

Desde el punto de vista de los *tópicos* que abordan, los denuestos se podrían agrupar entre los que configuran una suerte de bestiario tropical o de “zoociedad”⁷³- para recordar al inolvidable humorista Jaime Garzón-; los que apelan a las imágenes sexuales con cierta procacidad; los que redundan en las discriminaciones de género que afectan tanta a las

⁷³ “Zoociedad” fue el nombre de un célebre programa de humor político en televisión, realizado por el periodista y humorista colombiano Jaime Garzón, quien fue asesinado en 1999 por sectores de la ultraderecha colombiana. El caso permanece hoy en día en la impunidad, y en el proceso judicial que se sigue por este crimen está vinculado como posible autor intelectual un ex funcionario de alto rango del DAS. Testimonios de varios paramilitares actualmente en prisión o que fueron extraditados a EE.UU, dan cuenta de la participación de Carlos Castaño, exjefe de las Autodefensas Unidas de Colombia, en la orquestación del asesinato de Garzón.

mujeres como a los homosexuales; y, por último, los que se alimentan de imágenes que aluden a la órbita de la salubridad pública.

La rubicunda imagen del cerdo, que en el espacio de la gastronomía goza de tanta predilección entre los comensales, se degrada en el ámbito político y ya no es más que un “cerdo asqueroso”, útil para nominar peyorativamente tanto a los “Petro-cerdos” como a los “Uricerdos” (los partidarios de Petro y de Uribe Vélez, respectivamente). Entre los invertebrados se acude a la figura ondulante del “gusano”, a menudo acompañada de adjetivos que sirven para conferirle al destinatario una cierta identidad socialmente reprochable, como por ejemplo en el insulto: “gusano narco-paraco”. Un “renacuajo sin neuronas” es un modo sonoro de atribuirle al injuriado un rango muy inferior en la escala evolutiva de las especies, así como “mico mandante venezolano” caricaturiza en forma burlesca los rasgos mulatos y mestizos del presidente Hugo Chávez.

La invocación de la “rata”, sin duda la más desacreditada especie de los roedores, no parece completa ni redonda si no se la acompaña de algún adjetivo contundente, como en los siguientes ejemplos: “rata asquerosa”, “rata miserable”, “ratas de la peor calaña”. El epíteto se le adjudica indistintamente por parte de algunos usuarios/lectores a Alfonso Cano, el abatido jefe de las Farc, y a Luis Pérez, uno de los ex candidatos fracasados del Uribismo a la Alcaldía de Medellín.

La figura de este roedor, empero, nos introduce en una nueva tipología de los insultos: la que se define por las imágenes propias del campo de la *salubridad pública*. Ratas, gusanos, parásitos e insectos transmisores de enfermedades tropicales, se han constituido en blancos de exterminio de recurrentes campañas de salud pública dirigidas a la población en general. De esta circunstancia proviene gran parte del descrédito que acompaña a estas especies, cuyos nombres y figuras se asocian en la imaginación popular con pestes, epidemias y enfermedades.

También las enfermedades venéreas o de transmisión sexual, se inscriben en este terreno de la salubridad. El insulto político se nutre de ese poderoso imaginario para enriquecer su vocabulario. El muy colombiano y barriobajero insulto “gonorrea”, solo es un poco más áspero y rotundo que “puta sifilítica”- el cual tiene la sonoridad de un trabalenguas-. Llegados a este punto el nombre de la columnista Salud Hernández-Mora puede ser entonces trocado sin escrúpulos en el foro por el de “Venérea Hernández-Mora”. Empero, estos juegos

con el nombre propio del blanco del insulto- que tienen de todo menos de inofensivos- , ameritan un tratamiento diferenciado, que retomaremos más adelante.

Fijemos ahora nuestra atención en aquellos improperios como “puta”, “ramera”, “perra”, “golfa”, “marica”, que denotan en quien los emplea una postura de discriminación de género en contra de las mujeres y los homosexuales. Mientras que el insulto “perro” tiene en el ámbito literario, según Borges, un ascendencia que lo lleva hasta “Las mil y una noches”⁷⁴, el más prosaico “perra” tiene una evidente connotación moral referida a la acusación de “promiscuidad sexual” propia de la hembra de la especie canina, que se le enrostra a la mujer como un inri, mientras por lo general el varón se autoriza a sí mismo las apetencias eróticas e infidelidades que le reclama a su pareja.

De otro lado, desde la perspectiva de las pretensiones de *creatividad lingüística* de parte de los usuarios/lectores, los vituperios se podrían agrupar en aquellos que realizan juegos o variaciones con el nombre propio del injuriado; los que construyen nuevos vocablos compuestos a partir de palabras preexistentes; y, finalmente, los que rebasan el vocablo simple y elaboran frases más o menos extensas de naturaleza ofensiva.

Los usuarios realizan juegos y variaciones con el nombre propio de algunos personajes públicos que han escogido como blanco de sus ataques personales: “Alvaraco Uribe Valaz”, en vez de Alvaro Uribe Vélez; “Alvaraco” resuena muy similar a “paraco”, y “Valaz” alude con mala ortografía a la munición de las armas de fuego, para significar el gusto por las soluciones de fuerza que se le atribuyen al ex presidente. “Iván Se...peda”, o “Iván el macareno Cepeda”⁷⁵, son algunas de las renominaciones sarcásticas que realizan usuarios adscritos a la cultura autoritaria del nombre propio del parlamentario de izquierda y vocero del movimiento de derechos humanos.

El vocabulario disponible al parecer resulta insuficiente para las intenciones discursivas de algunos usuarios, a quienes les hacen falta nuevos vocablos más expresivos y completos, los cuales obtienen de la combinación de dos vocablos existentes. “Uricerdos”, surge de la ecuación: Uribe+cerdos; “narcomesías”, de hibridar: narcotraficante+mesías;

⁷⁴ Dice Borges en el ensayo previamente referenciado: “Otra denigración muy general es el término *perro*. En la noche 146 del *Libro de las mil noches y una*, pueden aprender los discretos que el hijo del león fue encerrado en un cofre sin salida por el hijo de Adán, que lo reprendió de este modo: *El destino te ha derribado y no te pondrá de pie la cautela, oh perro del desierto.*”

⁷⁵ El remoque de “El macareno” hace referencia sarcástica a las denuncias realizadas por Iván Cepeda Castro, representante a la cámara por el PDA, acerca de un cementerio poblado con cadáveres sin identificación en el municipio de La Macarena, Meta, en la cordillera oriental de Colombia, zona de intensos operativos militares contrainsurgentes. Url: <http://ivan-cepeda.blogspot.com/search?q=Cementerio+de+La+Macarena> (consultado 5 de junio de 2012).

“parasalvador”, de la mezcla: paramilitar+salvador; “prototerrorista”, de añadir el prefijo *proto* al vocablo *terrorista*.

El vocablo compuesto inserto en una cadena de adjetivos despectivos, parece repotenciar su eficacia, como se aprecia en el siguiente ejemplo: “recuas asquerosas neocomunistoides prototerroristas”. El sustantivo “recuas” le quita toda autonomía crítica a los sujetos así calificados- un par de usuarios antiuribistas que se entretienen provocando las iras de sus contendores en los foros de *eltiempo.com*-. Se sugiere que estos responden a consignas o a órdenes dictadas por otros, los jefes de supuestas organizaciones extremistas. En sentido contrario, a los seguidores del ex presidente Uribe se les ha nominado por parte de un usuario “cipayos sacamicas aduladores del narco enano”.

3.3.2.2 Evaluación de los insultos por parte de los usuarios y polarización política en los foros de los lectores. Los insultos son una moneda tan corriente en los foros de los usuarios de la prensa digital colombiana (y de otros países), que los propios usuarios se han ocupado de la cuestión mediante sus comentarios. En uno de los foros de *elespectador.com*, el usuario *Ilustrador* examinó el problema en los siguientes términos:

El hecho de que las opiniones sean anónimas (¿quiénes carajos son Awack o Lefright⁷⁶?) permite decir todo tipo de estupideces, ofensas y hasta groserías. Afirmaciones absolutamente gratuitas, sin ningún asidero en la realidad, sin el mínimo respeto por nadie... este espacio sirve (para bien o para mal, no sé) para que algunos seres enfermos, que tienen tanta mierda en su interior que necesitan expulsarla para no morir por física intoxicación descarguen sus detritos... lástima que dé asco leer los comentarios, porque también los hay buenos, ponderados, razonados, bien intencionados. Luis Puyana y Awack compartiendo el mismo espacio es una aberración. ¿Si tuvieran que decir sus nombre reales, si se identificaran, serían capaces Awack o Lefright de sostener algo de lo que dicen? Cobardes. (Ilustrador, 23-10-2011, *elespectador.com*).

Según *Ilustrador*, el *anonimato* en el que actúan los foristas sería el aliciente y la

⁷⁶ *Awack* o *Lefright* son los *nickname* de dos usuarios del medio, que participan de modo activo en los foros, desde posturas favorables al expresidente Uribe y a las fuerzas militares. Se distinguen por sus permanentes ataques personales a los usuarios que manifiestan opiniones críticas frente a los mencionados agentes políticos.

condición principal para el ejercicio de la palabra ofensiva en los foros de los lectores. Su visión escatológica del foro como *cloaca* de la sociedad enferma, no lo inhibe para reconocer la presencia en tales espacios de comentarios “buenos, ponderados, bien intencionados”. El hecho de que este usuario finalice su comentario con otro insulto: “cobardes”, dirigido contra *Awack* y *Lefright*, resulta ilustrativo de la enorme dificultad que tienen los foristas- aun aquellos que reflexionan sobre los excesos de la palabra injuriosa en los espacios de participación de los lectores- de ponerse por encima de ese torneo de agravios.

Gustavo Petro y las mayorías “cándidas e ineptas”

En su habitual columna de opinión de *eltiempo.com*, el exministro conservador Fernando Londoño reaccionó frente al triunfo de Gustavo Petro, exsenador del Polo Democrático Alternativo y candidato del movimiento Progresistas a la alcaldía de Bogotá en las elecciones del 30 de octubre de 2011. “No es la primera vez- sostuvo Londoño con un dejo de amargura- que las mayorías cándidas e ineptas se entregan en brazos de las minorías audaces”⁷⁷. El columnista no fue parco en los calificativos que empleó para nombrar a Petro: “aprendiz de autócrata”, “peligroso”, “incapaz para gobernar”. El usuario *fernandomarquez* reaccionó a la referida columna del siguiente modo:

Que los bogotanos le hayamos dado la espalda a Peñalosa y con él a su jefe, por razones de sobra conocidas, no nos convierte ni en cándidos ni en ineptos, por el contrario, queda demostrado que ya no somos la masa de borregos que solía agitarse a la vista del trapo que los políticos sabían agitar cuando necesitaban. Tal muestra de independencia es algo que no cabe en la mente estrecha de Londoño, experto en retórica barata y en lides de otra clase. Lo que necesita este país, y lo que se esperaría de quienes tienen tribuna en el tiempo, es respeto por la opinión pública, en primer lugar. Tal tribuna debería utilizarse para contribuir con ideas y aportes que contribuyan a hacer una mejor ciudad y un mejor país, no para insultar a quienes no respaldamos sus intereses ni para atacar con bajeza a quienes no convienen a sus intereses (*fernandomarquez*, 3-11-11. *eltiempo.com*).

⁷⁷ Londoño, F. (2 de Noviembre de 2011). Petro. Recuperado el 5 de junio de 2012 de *eltiempo.com*: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4941245>

El usuario citado, quien se asume como parte de la comunidad de “los bogotanos”, no acepta de buena gana la camisa de fuerza que el columnista quiere adjudicarle a quienes como él votaron a favor de Gustavo Petro - los motejó de “cándidos e ineptos”-, y reclama para ellos el reconocimiento de una actitud de independencia política frente a los políticos tradicionales. Al exigir “respeto por la opinión pública” de parte de los columnistas de *eltiempo.com*, *fernandomarquez* sugiere que el contraste de “intereses” estaría en la base de los ataques y los insultos que desde las páginas de opinión de este medio se profieren contra los electores que le otorgaron su voto al candidato de los Progresistas y se atravesaron en el camino del exalcalde Peñalosa, candidato del Partido Verde y del Partido de la U, quien contó con el público respaldo del expresidente Uribe Vélez.

Por su parte, el usuario *carlospinoso*, quien apoya la postura del columnista Fernando Londoño, reta a los lectores que se le oponen a polemizar con argumentos y sin insultos.

Son verdades de a puño, pero me juego con quien acepte el reto a que ninguno de los contradictores del Dr. Londoño le polemizará con argumentos. a falta de tales procederán con los mismos cuentos de siempre: Invercolsa, como si eso cambiara la verdad de lo que es Petro; los insultos de siempre, como si insultando desvirtuaran una verdad tan grande como la del pasado delincencial de Petro y el famoso dibujito del dedo ingresando por algo que parecen ser unas nalgas, como si el dibujito le diera experiencia administrativa a nuestro flamante alcalde. Los *mamertos* no se han enterado de que la controversia se hace con argumentos y no con insultos. (*carlospinoso*, 3-11-11. *eltiempo.com*)

El usuario no renuncia, sin embargo, a echar mano de la imagen homofóbica (“el famoso dibujito del dedo ingresando por algo que parecen ser unas nalgas”), a propósito del logo que identificó a los Progresistas durante la campaña electoral. El epíteto de *mamertos*, en el contexto político colombiano actual- y particularmente en el lenguaje propio de la cultura política autoritaria- alude despectivamente a los integrantes de los diversos partidos de la izquierda colombiana, y más ampliamente, a toda persona que manifieste simpatía por las culturas políticas de resistencia, alternativas y de protesta.

No deja de ser intrigante esta apelación formal al empleo de la racionalidad argumentativa en el discurso político, por parte de usuarios pertenecientes a culturas políticas de signo contrapuesto, que, sin embargo, es desmentida a renglón seguido cuando ellos mismos esgrimen, mediante el uso de la palabra, alguna de las múltiples maneras de ultraje y vejación del oponente.

El columnista Fernando Londoño no está solo en su empeño de lanzar dardos y alfilerazos contra Petro y sus electores bogotanos. El tópico lo amplifican por su propia cuenta y riesgo otros usuarios como *Minixtro*, quienes no ahorran epítetos despectivos para referirse a los electores desobedientes y discolos (“populacho” y otros vocablos del mismo tenor), con lo cual revelan su verdadero concepto y actitud hacia lo popular.

El populacho de los bajos estratos rolos le dieron su voto al bandido Petro a cambio de un chorizo con papa chorriada. El pistolero del m-19 tambiién es un guerrillero camuflado de las Farc y muy amigo del mico mandante venezolano. No creo que ese bandido dure mucho tiempo en la alcaldía porque el Procurador lo 'despetrea' en poco tiempo. (Minixtro, 3-11-2011, *eltiempo.com*)

Quizá por la existencia de estas paradojas, haya lugar en el foro para algunas escasísimas expresiones de humor, como la que ofrece el usuario *dalilo*:

VOTARE POR EL TOROMBOLO DEL PETRO QUE NO ES LO MEJOR, NO NO NO! PERO NO ES LO PEOR QUE HA DADO ESTA TIERRA DE CAFRES COMO URIBE! Por favor no me insulten por mis comentarios en mi casa todos somos catolicos y nos afecta mucho las grocerias y el café despues de las cinco de la tarde.! (dalilo, 23-10-2011, *elespectador.com*).

Amén de subrayar el uso ambivalente de los *lugares de la calidad* (Petro “no es lo mejor, pero no es lo peor”), y la construcción de la frase a partir de una serie de negaciones, lo que el anterior comentario pone en evidencia es que una franja de los electores apoyó a Gustavo Petro en los comicios de Octubre de 2011 con algunas o con muchas reservas (como explícitamente lo manifestó el columnista Alfredo Molano⁷⁸), a fin de impedir el triunfo del candidato Peñalosa, apadrinado por el ex presidente Uribe Vélez. Varios analistas políticos coincidieron en señalar que el electorado que apoyó a los candidatos del Polo Democrático Alternativo en los dos comicios precedentes en la capital del país, mayoritariamente se

⁷⁸ Molano Bravo, A. (23 de Octubre de 2011). Esperanza. Recuperado el 5 de junio de 2012 de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/impreso/opinion/columna-306935-esperanza>.

abstuvo de votar en 2011 por Aurelio Suárez, candidato de ese partido de izquierda, y sufragó a favor de Gustavo Petro, líder de un grupo disidente del PDA que armó una tienda aparte bajo el nombre de Progresistas, con el cual participó con éxito en la contienda electoral en Bogotá.

3.3.2.3 Ataques a la imagen del ex presidente Alvaro Uribe Vélez. La columnista Claudia López, del portal *lasillavacia.com*, célebre por haber revelado las primeras evidencias que conducirían al escándalo de la llamada *parapolítica* y al consecuente proceso judicial contra más de cien parlamentarios de la coalición de gobierno, tituló una de las columnas en las que analizó la coyuntura política de 2011: “Un pícaro con suerte”.

Dice el refrán que todo pícaro tiene suerte. El ex presidente Uribe parece genuina representación de esa sabiduría popular. Con un tercio de su antigua coalición legislativa, círculo familiar y gubernamental investigado por concierto criminal, corrupción o abuso de poder, el Presidente Uribe sigue casi incólume. Según la última encuesta Gallup, los colombianos le facturan la corrupción de su gobierno al gobierno actual (Claudia López, 22-05-2011, *lasillavacia.com*)

Por su parte, el usuario *porunacolombiasincorruptos*- quien adoptó como *nickname* una consigna política de innegable actualidad-, retomó en el foro el epíteto que López le endosó a Uribe Vélez, y propuso un debate acerca de los calificativos que mejor se ajustan a la naturaleza del personaje público.

Claudia, al decir que Uribe es un pícaro, estás insultando a los pícaros.... Uribe encaja más en los términos de Hampón o Fascinoso como nombre-sustantivo y como apellido-adjetivo, no se le puede quitar el término paramilitar. (Porunacolombiasincorruptos, 24-05-2011, *lasillavacia.com*)

Como lo puntualiza (Bourdieu, 2001, 81), cuando se insulta a alguien se le impone un nombre, es decir, una esencia social. Insultar “es *significar* a alguien lo que es y significarle que tiene que conducirse consecuentemente a como se le ha significado”. Dar una definición social mediante el insulto, es adjudicarle una identidad al sujeto y, por lo tanto, imponerle límites, al menos en el plano simbólico. Ya no solo los opinadores profesionales de los diarios, sino ahora también los lectores/usuarios, se sienten habilitados para llevar a cabo

estos ejercicios de nominación y clasificación de los personajes políticos. Las disputas entre los propios usuarios de distintas orientaciones políticas acerca de la manera más adecuada de calificar a personajes públicos como el expresidente Uribe o el alcalde Petro, alimentan los foros de los lectores con múltiples comentarios, a menudo plagados de denuestos.

De verdad que fácil descalificamos a las personas. Uribe seguirá siendo la persona que rescató al país de un abismo. Pero como hicimos con Cristo, le pagamos crucificandolo. Cierto que se equivocó como todos lo hemos hecho alguna vez en la vida. Si no es por Uribe Santos no estaría en el lugar que está, así que de mi parte mil gracias expresidente Uribe por recuperar al país y a Santos que siga por el buen camino que le trazó Uribe (JohnGomez, 5-11-11, *semana.com*)

A lo cual replicó otro usuario:

Ay John Gómez!!! A quién crees que puedes convencer cuando esta nación, su 80% YA POR FIN se dió cuenta que Uribe es un gigante con pies de barro y un delincuente. (CAMPOELIASPATAQUIVA, 5-11-11, *semana.com*)

La analogía de Uribe Vélez con Jesucristo, cuando el usuario alude a la “crucifixión de Uribe” por parte de los foristas y opinadores que profieren ataques contra su imagen pública, acude a una de las escenas bíblicas del arsenal provisto por la cultura judeo-cristiana. También al presidente Santos se le comparó con el apóstol Judas, en un trino publicado en la cuenta de Twitter de Uribe Vélez, durante la semana santa de 2011 (él alegó que alguien había posteado ese trino sin su consentimiento); pero un año después, en la semana santa de 2012, el tópico de la traición de Judas (Santos) a Cristo (Uribe) fue utilizado ampliamente en el programa de humor televisivo *Los reencauchados*⁷⁹, y antes de eso se había vuelto un lugar común en las redes sociales y los foros de los lectores.

Agradecer, aconsejar o recomendar, como lo hace el usuario *JohnGomez* en su comentario, son actos de habla que comprometen una toma de posición pública del lector, como parte de un ejercicio de interlocución con los líderes políticos y con los otros foristas/ciudadanos.

⁷⁹ El programa *Los reencauchados* se emite los domingos en la noche por el *Canal Caracol*. Se trata de un programa de humor político, en el que se utilizan muñecos de caucho que representan a connotados personajes de la política nacional y del periodismo. Las controversias políticas entre Uribe Vélez y el presidente Santos, conforman uno de los tópicos recurrentes del programa.

“Hace tiempo le escuché a Napoleón Franco la tesis de que la imagen positiva de Uribe estaba más relacionada con un sentimiento de gratitud, que con uno de aprobación”, anotó Claudia López⁸⁰ en la misma columna que dio lugar a los anteriores intercambios.

Ataques a la imagen de los columnistas de opinión

Los lectores/usuarios se representan a sí mismos como si estuvieran atrapados en este círculo vicioso que ahoga los argumentos en el estrépito y la altisonancia de los insultos. En la contabilidad de los foros de los lectores, el superávit permanente de los improperios revela el déficit de raciocinios que parece señalar una suerte de incompetencia ciudadana para el “ejercicio público de la razón”, de inspiración kantiana (Habermas, 1997).

José Obdulio Gaviria: JOG

El usuario *luisca*, en un gesto que se reitera en otros lectores inspirados en la cultura política autoritaria, reta a los demás usuarios de izquierda- a quienes califica de “basuras izmierdosas”- a que “den un solo argumento en contra de lo que escribe el columnista” José Obdulio Gaviria; luego añade: “eso si esperaré sentado porque la izmierda ante la verdad solo puede responder con insultos”⁸¹. Imputaciones semejantes son frecuentes por parte de usuarios de las distintas culturas políticas, como veremos en los párrafos siguientes. Muchos reclaman, mediante ultrajes y vituperios, que el adversario de muestras de sindéresis y de racionalidad argumentativa, pero no se animan a dar ellos mismos ejemplo del trato que solicitan, lo que podría ser evaluado por sus correligionarios como debilidad o falta de firmeza en sus convicciones.

Salud Hernández-Mora

El usuario *VLWVLW*, caracterizado antiuribista en los foros de *eltiempo.com*, se deja venir lanza en ristre contra la imagen pública de la columnista Salud Hernández-Mora, en una serie de cuatro comentarios que no son otra cosa que los fragmentos de una especie de libelo difamatorio, basado en informaciones de prensa que implicarían a Hernández en el aprovechamiento periodístico de información ilegal suministrada por el DAS, como parte de una campaña de descrédito contra magistrados de la Corte Suprema de Justicia, entre otras

⁸⁰ López, C. (22 de Junio de 2011). Un pícaro con suerte. Recuperado el 5 de junio de 2012, de *lasillavacia.com*: <http://www.lasillavacia.com/historia/un-picaro-con-suerte-24556>

Napoleón Franco es el director de una de las empresas encuestadoras más importantes del país, que realiza a menudo sondeos de opinión sobre el discurrir de la política nacional.

⁸¹ *luisca*, 5-10-2011. *Eltiempo.com*

sindicaciones del mismo tenor. La columnista fue rebautizada por el usuario como “ramera pseudopensante del uribestialismo “Venérea Hernández-Mora”.

En la misma línea, se han descubierto las andanzas de la r a m e r a “Venérea Hernández-Mora”, para colaborar desde su “profesión”, con la divulgación de falsedades, infamias y chismes sirvienteros ordenados desde el das (filial de Casa de Nari), para materializar la delincencial campaña de desprestigio y difamación contra las legítimas autoridades judiciales que, con verdadero apego a la Constitución y a la Ley y a los más altos valores profesionales, éticos y humanos, juzgaron y condenaron a los delincuentes amaestrados en el “Uberriño” y contra los opositores a la maquina criminal del culebrero, afortunadamente hoy venido a menos. ***** (VLWVLW, 13-11-2011)

Alfredo Molano Bravo

En el siguiente comentario el “Dr Bazuco” sería el columnista Alfredo Molano, según *leftright*, reconocido usuario Uribista. El breve texto incluye el ataque a los bogotanos por sus preferencias políticas en elecciones.

EL Miliciano Dr Bazuco vota por guerrilleros, eso se llama espíritu de cuerpo; Ojala los rolos no escojan otro comunista, se consolidaría como la capital de los estúpidos (*leftright*,23-10-2011).

Como lo ilustran los anteriores casos, la matriz del insulto y el no reconocimiento respetuoso de las diferencias de opinión, está muy arraigada en los lectores/usuarios de las diversas y contradictorias culturas políticas presentes en nuestro país. Recientemente el poeta, novelista y columnista de *elespectador.com* William Ospina, puntualizó:

Padecemos la costumbre de descalificar y perseguir toda opinión contraria, de satanizar al que piensa distinto y tratar de acallarlo. *Nuestra deplorable formación religiosa es en gran medida responsable de esa vieja tendencia a la inquisición y la excomunión*, y los que ahora sólo rezan y condenan, en otro tiempo alzaban piras y utilizaban tenazas (La cursiva es mía).⁸²

Ospina coincide con Rafael Gutiérrez Girardot (1986), para quien las raíces culturales

⁸² Ospina, W. (20 de Mayo de 2012). Polemizar. Recuperado el 5 de Junio de 2012, en *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-347363-polemizar>

profundas de la intolerancia política en nuestro país se pueden rastrear en la “estructura antagonista” y en la “forma dogmática” de pensamiento, inherente a “la religión católica en su versión española contrarreformista”, como una “institución de poder terrenal que en beneficio del dogma ha constituido un factor esencial del estatismo de las sociedades hispánicas”. Esa modalidad del catolicismo ultramontano ha sido el fermento ideológico del conservadurismo y del autoritarismo social, como matriz de la cultura política dominante en Colombia. Las “profundas y seculares huellas de su dominio” (Gutiérrez Girardot, 1986), se ponen de relieve a nuestro modo de ver en la manera como permea en forma transversal a las culturas políticas subalternas, aquellas inspiradas por la protesta, la resistencia y la búsqueda de alternativas democráticas o de izquierda para el país.

Por su parte, para el columnista Alejandro Gaviria,

Los foros de la prensa y los debates políticos están dominados, casi acaparados, por los productores de odio. Muchas veces no vale la pena entrar a la refriega. Otras, conviene entrar furtivamente, señalar los prejuicios más notorios y abandonar el escenario de inmediato. El diálogo es imposible. Los fanáticos siempre suponen la mala intención de sus contradictores. Miran incluso con mayor recelo a los moderados que a los fanáticos de la otra orilla. El odio, al fin y al cabo, no es otra cosa que la idealización del enemigo.⁸³

3.3.2.4 La clausura del foro del columnista Daniel Samper Pizano. En mayo de 2004, el veterano columnista de opinión Daniel Samper Pizano informó que había solicitado a las directivas de *eltiempo.com* que inhabilitaran de su columna *Cambalache* la opción de los comentarios de los lectores. Tres años después⁸⁴, y tras un breve interludio en el que el columnista había aceptado que se habilitara nuevamente el foro de lectores en su columna, a partir de una promesa dada por el medio en el sentido de que se extremarían controles para evitar los desafueros de algunos usuarios, Samper Pizano anunció nuevamente “con tristeza e indignación” su retiro de los foros de *eltiempo.com*.⁸⁵

⁸³ Gaviria, A. (20 de Mayo de 2012). Productores de odio. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-347351-productores-de-odio>

⁸⁴ En Marzo de 2007.

⁸⁵ Samper Pizano, D. (27 de Marzo de 2007). Adiós a los foros con tristeza e indignación. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de *eltiempo.com*: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2422612>. Ver asimismo, del mismo columnista: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1016930>

En las columnas en las que explica su decisión, Samper Pizano expresa un desencanto respecto de la promesa contenida en Internet, en el sentido de que tales foros serían un espacio de discusión crítica y de participación argumentada de los lectores. En nuestro contexto, esta promesa se quedó en la teoría, aseguró Samper. Los foros habían sido asaltados por “rufianes” que los utilizaban para ejercitar las malas artes del insulto, el ataque personal y la amenaza.

El caso de Samper Pizano es solo el más paradigmático entre los varios columnistas de opinión de la prensa colombiana que han llegado a idénticas conclusiones en diversos medios de prensa, entre los que se cuentan los columnistas de *elespectador.com* Héctor Abad Facciolinci, Mauricio Botero Caicedo, Lorenzo Madrigal (Osuna), entre otros.

Empero, es oportuno interrogarse: ¿la presencia y actividad de provocadores, *trolls* y sujetos intolerantes en los foros y las redes sociales, constituyen evidencias de las falsas promesas democratizantes de Internet? ¿O, más bien, son una constatación de cómo las tensiones y paradojas de la sociedad política y de la esfera pública *off line* se trasladan y se revelan en el entorno *on line*? ¿Aspirábamos cándidamente a que la esfera pública virtual estuviera inmunizada frente a las patologías que atraviesan el espacio público y la sociedad colombiana en su conjunto?

En cualquier asamblea universitaria o reunión de sindicato o cooperativa, en el ámbito de los movimientos sociales, en la vida real y cotidiana, con ocasiones nos topamos con elementos provocadores, agentes de seguridad del Estado, miembros de grupos armados ilegales de distinto signo ideológico, así como con actores políticos que se empeñan en entorpecer y obstaculizar los procesos de organización y toma de conciencia autónoma de las comunidades. En esos escenarios abiertos donde se dan las interacciones cara a cara, tiene lugar una suerte de auto exposición de los sujetos, que obliga a algunos de los más recalcitrantes a atenuar la violencia discursiva. En cambio, en el ciberespacio se tornan más laxos esos controles sociales y comunitarios, razón por la cual los *trolls* – amparados a menudo tras la máscara del anonimato- pueden desplegar con cierta impunidad sus prácticas disolventes y disgregadoras.

La comunicación digital interactiva, aunque alberga cada día mayores interacciones horizontales de ciudadano a ciudadano- la “autocomunicación de masas” que postula Castells (2009)-, no por ello ha dejado de ser también un ámbito *interferido* por instancias de poder,

bien por instituciones oficiales de control y coerción (tales como las agencias de seguridad de distinto nivel y alcance), por bandas o grupos delictivos, o bien por partidos políticos hegemónicos o centros de pensamiento ideológico que realizan una labor proselitista e intentan capitalizar en su beneficio los espacios virtuales, como sucede típicamente durante las campañas electorales. Lo anterior ha sido parcialmente demostrado en el caso colombiano por la acción de los llamados “usuarios fantasma” de la campaña de Santos en 2010, revelada por *lasillavacia.com*⁸⁶, así como por el escándalo del hacker Andrés Felipe Sepúlveda, vinculado orgánicamente con la campaña de Oscar Iván Zuluaga, candidato a la presidencia por el Centro Democrático en 2014, a quien la Fiscalía General sindicó de interceptar ilegalmente las cuentas de correo electrónico de negociadores del gobierno Santos y de la guerrilla de las Farc en La Habana, así como de orquestar campañas de descrédito de las negociaciones de paz a través de Internet y de las redes sociales.

Al mismo tiempo, hay que admitir la posible existencia de individuos, como los llamados *trolls*⁸⁷, que por su cuenta y riesgo, sin que medie una coordinación o direccionamiento explícito por parte de instancias de poder o de organizaciones centralizadas, realizan una labor de provocación, sabotaje e interferencia en los procesos de comunicación interactiva entre lectores/ciudadanos, por razones de tipo psicológico o por los imperativos de su cultura política. En contextos autoritarios y de polarización política, sus inclinaciones personales se ven reforzadas y potenciadas por la existencia de ese “pequeño fascismo” de que habla William Ospina⁸⁸-difundido en ámbitos muy diversos del tejido social-, y en general por las posturas intolerantes que anidan en los vértices extremos de nuestras culturas políticas.

Así las cosas, ¿si Internet y los foros de los lectores son también el espacio para tales intervenciones contrarias al espíritu de la sana y libre discusión y de la ética argumentativa, la

⁸⁶ Juan Carlos Acebedo Restrepo, “Se confirma la existencia de usuarios fantasma en la campaña electoral de Santos, <http://lectoresenlared.wordpress.com/2011/03/28/se-confirma-la-existencia-de-usuarios-fantasma-en-la-campana-electoral-de-santos-en-2010/>

⁸⁷ Según T. Campbell, un “troll” es alguien que siente “placer al sembrar discordia en Internet” y por tanto “intenta iniciar discusiones y ofender a la gente”. Ver al respecto: Valentina Jiménez, “Internet desafía a los medios a generar una participación respetuosa de su audiencia”: <http://ijnet.org/es/stories/internet-desafia-los-medios-generar-una-participacion-respetuosa-de-su-audiencia>, consultado: 5-01-2012.

⁸⁸ Ospina, W. (20 de Mayo de 2012) Polemizar. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-347363-polemizar>

respuesta democrática debería ser acaso la renuncia a la actuación en dichos ámbitos virtuales de la esfera pública política, la clausura de los foros de lectores? Aunque decisiones individuales en este sentido, como las de Samper Pizano y otros columnistas, sean respetables como manifestación de su fuero personal o como un modo de presionar a los editores del medio a buscar correctivos de fondo, un comportamiento generalizado en este sentido sería inconveniente.

En la misma dirección apunta el siguiente comentario del usuario *masdeque*:

Como se nota que existe un laboratorio bien montado para que aparezcan como "foristas" muchos nombres. Es mejor no hacerle caso a tanta grosería y estulticia. No hay un análisis profundo de lo que dicen los artículos y se trata de descalificar con insultos y palabras soeces. De todas formas, sepan que ya yo toque madera y no me importa que me mienten la madre y digan todas las vulgaridades que quieran. Se que no es el pueblo colombiano, estas personas que actúan así, tienen que estar pagadas por alguien que no quiere que se llegue al fondo de la verdadera situación del país (masdeque, 13-11-2011, *elespectador.com*)

Una ya dilatada experiencia nos enseña que no es aconsejable caer ingenuamente en las provocaciones de los *trolls* ni de los usuarios fanatizados; como advirtió el *estagirita* (Aristóteles, 2007) hace ya bastante tiempo, no se debe discutir ni polemizar con todo el mundo, hay que elegir bien a los interlocutores.

3.3.2.5 Insultos dirigidos contra los adversarios del Uribismo. En este orden de ideas, para explorar las características de la *polarización política* en el plano del discurso, quizá resulte provechoso establecer una suerte de parangón entre los insultos políticos proferidos por uribistas y antiuribistas durante la coyuntura de las elecciones locales y regionales de 2011.

Un gran número de insultos de este tipo incluyen la sindicación de que el destinatario o blanco de los mismos pertenece a la guerrilla o actúa como cómplice de ella; por tanto, sería coautor de acciones violentas e ilegales contra el Estado y la sociedad civil. Se trata de un típico procedimiento de deslegitimación política del adversario por la vía de postular una supuesta adscripción de este a organizaciones armadas ilegales, señaladas de cometer atrocidades y daño a la población civil. La abrumadora mayoría de las veces se trata de

acusaciones falsas y quienes las profieren tal vez lo saben, pero en todo caso las esgrimen a fin de neutralizar y maniatar al adversario, poniéndolo a la defensiva.

En ocasiones, la práctica descrita condujo a procesos penales, como la denuncia por calumnia e injuria que interpusieron algunos sindicatos colombianos contra el expresidente Francisco Santos y el ex –asesor presidencial y ahora ex columnista José Obdulio Gaviria, quienes en el mes de Julio de 2007 acusaron a través de los medios de comunicación a varios líderes sindicales de “apoyo a la lucha armada” y de “hacer una apología del terrorismo”, por su asistencia a un encuentro internacional promovido por agrupaciones de izquierda en Quito, Ecuador⁸⁹.

Algunos denuestos como “mamerto” y “oligarca”, son apropiaciones de vocablos que tienen una genealogía o resonancia en la cultura política de la izquierda (aunque el término “oligarca” también se incorporó al discurso Gaitanista), ahora resignificados y puestos al servicio de un populismo de derechas. Resulta interesante esta “flexibilidad ideológica” de algunos insultos políticos, que pueden migrar de una cultura política a otra muy diferente, arrastrados por las corrientes de la evolución histórica y política del país.

Insultos dirigidos contra los Uribistas

Una buena parte de estos insultos lleva consigo una acusación de pertenencia o complicidad con el paramilitarismo y sus crímenes de lesa humanidad. A menudo, se indica al mismo tiempo al destinatario de estar ligado con el narcotráfico y sus estructuras delictivas, como sucede en los vocablos compuestos: “narco-paraco” y “narco-paramilitar”, que si se examinan con desapasionamiento son de la misma naturaleza discursiva que los insultos de sentido opuesto: “narco-guerrillero” o “narco-terrorista”.

A esta altura podemos inferir que los insultos políticos más utilizados por uribistas y antiuribistas, son aquellos que se nutren del conflicto armado y de la violencia política y social, esto es, del principal problema de la historia contemporánea de Colombia. En otros contextos nacionales que no tienen este tipo de violencia política, un inventario de improperios como el que hemos presentado resultaría completamente exótico y ajeno. Con lo

⁸⁹ Los sindicalistas estigmatizados pertenecen a Sintraunicol, Sintraemcali y Sintrateléfonos. En marzo de 2012, el exvicepresidente Santos aceptó hacer una rectificación pública de sus asertos, como parte del proceso judicial que se adelantaba en su contra. Para ampliar esta información, ver los siguientes hipervínculos: <http://movimiento-social-colombiano.over-blog.es/article-por-calumnias-contra-sindicalistas-deberan-responder-francisco-santos-calderon-y-jose-obdulio-gaviria-57387730.html>; <http://movimiento-social-colombiano.over-blog.es/article-francisco-santos-se-retracta-sobre-acusaciones-contra-organizaciones-sindicales-en-colombia-102113710.html>

cual podemos apuntalar la hipótesis de la dependencia fundamental de los tópicos de los insultos políticos con respecto a las principales variables de la coyuntura histórico-política del país.

Otro tipo de desaguizados se lanzan con el fin de vulnerar o erosionar la autoestima social del destinatario, enrostrándole una supuesta falta de dignidad social. Forman parte de esta serie vocablos ofensivos, aunque de origen castizo: como “lameculos” y otros similares. Una serie de denuestos ponen de relieve una supuesta falta de criterio propio, de entendimiento y de autonomía personal del destinatario. Entre ellos: “Uribestias”, “borregos”, “descerebrados”, etc.

Hay insultos que denuncian las falsas pretensiones de inteligencia y de valía intelectual o cultural del adversario, tales como “pseudo-intelectual”, “intelectual de pacotilla”, “ramera pseudo-pensante”, “ilustre desconocido”, entre otros, muchos de los cuales han sido aplicados específicamente al columnista José Obdulio Gaviria, quien se presenta a sí mismo como tutor o guardián de la llamada “doctrina política Uribista”.

Hay también exabruptos de signo más tradicional, tales como: “viejo Hp”, “hampón”, “loca”, que son de baja intensidad si se comparan con el resto de la artillería pesada de los vocablos y expresiones ofensivas recolectados.

También acá hay juegos caprichosos con las variaciones del nombre propio de los destinatarios, como en los siguientes casos: “Plinio Hampuleyo”, en vez de Plinio Apuleyo Mendoza; “Ladroño”, o “Facho Londoño”, en vez de Fernando Londoño Hoyos⁹⁰. El mismo recurso es utilizado indistintamente por ambos bandos de la contienda político-ideológica. Aunque en una proporción relativamente menor, también se presentan alusiones procaces a la sexualidad masculina, como en los vocablos ofensivos: “Uriberga”, en vez de Uribe Vélez; y “chupapijas”, etc.

⁹⁰ Tanto Plinio Apuleyo Mendoza como Fernando Londoño Hoyos han sido columnistas de *El Tiempo*, y su nombre y sus textos se asocian a la defensa de los postulados y de la imagen del ex presidente Uribe Vélez. Londoño Hoyos renunció a su columna semanal en el diario *El Tiempo* el 7 de Mayo de 2014, en medio de la campaña electoral por la presidencia, luego de que un artículo editorial del medio rechazara el contenido de una columna de su autoría titulada “El Ocho mil de Santos” (6 de mayo de 2014) en la que hacía graves inculpaciones al candidato-presidente Santos, sin respaldarlas en pruebas o evidencias concretas. Ver: A propósito de una columna. Editorial de *El Tiempo*, 6 de Mayo de 2014 (http://www.eltiempo.com/opinion/editoriales/editorial-a-proposito-de-una-columna-editorial-eltiempo-_13946277-4)

Otros agravios revelan una etimología griega o latina y sus raíces en la cultura letrada, tales como “crápula”, que el diccionario define como un hombre de vida licenciosa, o “borrego” en su acepción de persona excesivamente dócil o gregaria⁹¹.

3.4 El foro del lector: metáforas y contrato comunicativo

En los foros de los lectores de *eltiempo.com* asociados a las columnas de opinión de reconocidos voceros del Uribismo como José Obdulio Gaviria y Fernando Londoño - así como también en otros foros de los demás medios digitales estudiados, como el de Alfredo Molano en *elespectador.com*- hay una nítida polarización entre algunos de los usuarios más activos, que se injurian mutuamente. El foro del lector deviene en *cuadrilátero*, los usuarios en pugilistas que golpean con agravios y denuestos. Los injuriantes no están de ánimo para escuchar las razones de nadie, solo para lanzar sus andanadas de exabruptos. A ver quién aguanta más; a ver quién cae de bruces sobre la lona y muerde primero el polvo. Los usuarios que no se adscriben con firmeza a ninguno de los bandos en contienda, y que tienen opiniones moderadas, matizadas o simplemente diferentes⁹², se mantienen como observadores pasivos o se desalientan y abandonan el foro.

Expresiones frecuentes de una nueva modalidad de activismo político *on line*, los usuarios “intensos” de los foros dedican mucho tiempo a monitorear estos espacios y a postear sus comentarios, que a menudo adquieren la forma de un texto estandarizado que se replica una y otra vez, con mínimas variaciones. Sus *nicknames* se tornan familiares en determinados foros, al punto de que algunos de sus contrincantes confiesen – con algo de pudor- que los extrañan cuando no comparecen con sus desaguisados en la plataforma digital. Bourdieu (2001) sentenció que “solo se predica a los convertidos”, poniendo en duda la eficacia persuasiva del discurso que tiene como destinatario a un auditorio con valores y juicios muy distantes de los que expresa el orador. Lo cual llevaría a suponer que en los foros de los lectores de los columnistas de opinión, sólo se animarían a comparecer aquellos

⁹¹ “Crápula. (del lat. *crápula*) 1. (culto) Vida de libertinaje y vicio. 2. Borrachera. 3. Hombre de vida licenciosa (Diccionario de Uso del Español, de María Moliner).

⁹² Gaviria, A. (20 de Mayo de 2012). Productores de odio. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-347351-productores-de-odio>.

usuarios que sienten empatía y solidaridad con la cosmovisión y los juicios de valor de determinado columnista. Pero el examen de los foros de los lectores que hemos realizado indica que la anterior presunción es equivocada. Adherentes o contradictores del punto de vista del columnista, los usuarios de muy opuestas culturas políticas y modos de pensar y de sentir, convergen en los foros de los lectores, en ocasiones de forma activa y otras veces pasivamente.

Pero lo que en tales foros tiene lugar, lo que allí se escenifica a menudo se distancia del modelo de una *conversación racional*, o del intercambio enérgico pero respetuoso de puntos de vista⁹³. Una de las funciones que vienen cumpliendo los foros de la prensa digital, es la de constituirse en un espacio importante en los procesos de *configuración, reconfiguración y ajuste cotidiano de las identidades políticas*, tanto por la vía de la empatía manifiesta como por el camino del contraste y el repudio -al mismo tiempo emocional y conceptual- que experimentan los lectores con respecto a los planteos y al *ethos* de los columnistas, así como de los otros usuarios. Los llamamientos de algunos usuarios a los lectores que manifiestan su desacuerdo sistemático con el columnista en cuestión para que abandonen el foro, caen en oídos sordos.

En la construcción permanente y relacional de sus identidades políticas, como en un sendero o *galería de espejos múltiples*, los lectores/usuarios que navegan a través de la prensa digital se auto reconocen tanto por las afinidades con sus columnistas predilectos, como por los desacuerdos que les despiertan columnistas y usuarios que sostienen puntos de vista situados en las antípodas de su cosmovisión.

En el caso colombiano, en nuestra indagación se encontró que si bien hay una suerte de convergencia predominante entre una matriz de cultura política autoritaria y ultraconservadora, por un lado, y el abuso del argumento *ad personam*, por el otro, el recurso al insulto y al ataque personal no es privativo de los agentes políticos y sociales que comparten dicha matriz, sino que acompaña con intensidad variable las funciones estratégicas de legitimación y deslegitimación (Chilton & Schaffner, 2000) que despliegan los

⁹³ El caso de los foros de los lectores de *lasillavacia.com*, constituye una excepción a la regla, y precisa de un análisis específico. Tanto el balance de sus editores como la observación de los foros dan cuenta de que en ellos se ha logrado un clima de deliberación y debate entre los usuarios. Una de las razones que explican lo anterior, es la activa moderación de los foros que realizan editores y periodistas del medio, a partir de claras reglas de participación de los usuarios. También habría que considerar la condición de medio de nicho que distingue a *lasillavacia.com*, orientado a usuarios que en su inmensa mayoría tienen formación profesional, incluso a nivel de posgrado, y por tanto gozan de un relativamente alto capital cultural y educativo, lo cual le introduce diferencias con los medios propiamente de masas.

usuarios/lectores que adscriben a las otras matrices de cultura política que interactúan en el escenario colombiano, las cuales hemos denominado de un modo general – siguiendo a Alvarez *et.al* (2001)- como culturas políticas alternativas, de la protesta y la resistencia.

En contextos como el nuestro, signados por la polarización política, se incrementa en forma significativa el uso y el abuso del insulto y el ataque personal, como expresión de la lucha por la influencia social y política que se libra entre agentes contrapuestos en la esfera pública.

En un país tradicionalmente impregnado de los valores y prejuicios de la cultura católica ultraconservadora, los foros de los lectores cumplen la imprevista función de servir de válvula de desahogo a través de la cual una franja de la sociedad traslada al espacio público sus frustraciones y prejuicios, sus imaginarios alterados, esa especie de *phatos* reprimido que resulta tanto más ilustrativo de quiénes somos cuanto más veces es negado y sometido a interdicciones.

Esta inesperada *función catártica*⁹⁴ de los foros resulta favorecida por la inmediatez y en cierto modo la espontaneidad de las interacciones entre los usuarios, así como por la práctica extendida del anonimato en la red, que al reducir la expectativa de sanción social entre los usuarios los compele a dar rienda suelta a una *subjetividad airada* en la que los elementos emocionales tiñen y le dan un color característico a la expresión de las opiniones y juicios de valor sobre el acontecer político y su protagonistas.

Los foros de los lectores de la prensa digital, considerados- según algunas de las metáforas al uso- como *cloaca*, *cuadrilátero*, *espacio psicoterapéutico*, dispositivo para el *diálogo racional*, o como *sendero o galería de múltiples espejos* a través de la cual deambulan y fluyen los sujetos en la búsqueda permanente de sus identidades, se revelan como instancias no despreciables de producción y configuración de una parte del discurso social, y por lo tanto son una ventana abierta- aunque no transparente- para los investigadores de los procesos de comunicación mediados por las tecnologías digitales y de las dinámicas de subjetivación y recreación de las culturas e identidades políticas de los usuarios/ciudadanos.

⁹⁴ Sostiene el columnista Oscar Collazos (2010): “Este tipo de foros, inevitable ya en el periodismo, más que enriquecer la comunicación, cumple una pequeñísima *función psicoterapéutica*: reduce mínimamente el componente de agresividad irracional, exorciza por un momento los demonios de la intolerancia y tranquiliza el sistema nervioso en los minutos que se gastan para escribir un párrafo. Pero, viéndolo bien, no cambia al sujeto, lo excita cada vez más.” (La cursiva es mía)

*Estamos aquí, ¿para decir qué?*⁹⁵

Hay una incompreensión sobre la verdadera naturaleza del foro del lector, es decir, acerca *del contrato comunicativo*⁹⁶ que le sirve de base. Sin duda el foro del lector es una modalidad de interacción humana que forma parte de los nuevos espacios de la esfera pública mediatizada, con peculiaridades propias. Por su *finalidad* no es asimilable a un debate parlamentario, ni a una asamblea popular o estudiantil, pues en el foro además de los discursos estructurados de los voceros autorizados, los líderes y los oradores fogueados, se “escucha” también el cotilleo de los participantes, sus exclamaciones, lo que uno le dice al otro a propósito de algo que escuchó o de alguien que tomó la palabra.

El foro del lector forma parte de los procesos discursivos propios de la *ideología cotidiana* (Volóshinov, 2009). Se asemeja a un gran caldero, en el que se cocinan a fuego alto algunos enunciados elaborados (y por tanto cercanos a las ideologías estructuradas), opiniones y juicios de valor más o menos espontáneos, así como también exabruptos de alcantarilla y mensajes programados por grupos de presión o agentes del poder. Allí se entremezclan ideas con emociones, actitudes, tics, prejuicios, empatías y odios, los cuales forman un batiburrillo de olores y sabores prosaicos y nobles en incesante cocción.

Es comprensible la actitud de aquellos analistas o lectores que frente a este caldero efervescente prefieran taparse la nariz y mirar para otro lado. Sin embargo, como lo señaló el columnista y escritor Oscar Collazos (2010):

Quien quiera hacer un revelador estudio sobre las pasiones y odios de los colombianos, le bastaría leer, archivar y procesar miles de “opiniones” vertidas a diario en estos foros (...). No será difícil hacer desde estos espacios el diagnóstico de nuestros males morales ni medir nuestro nivel de tolerancia, la disposición a aceptar o desconocer la verdad, la manera de resolver nuestras discrepancias o de proponerles soluciones a nuestros problemas. Sabríamos lo que pensamos de la venganza y lo que creemos de la justicia.

⁹⁵ Retomo en los intertítulos de este apartado algunas de las preguntas formuladas por Charaudeau (2003) en su noción de Contrato Comunicativo.

⁹⁶ Nos apoyamos en este apartado en la noción de *Contrato Comunicativo* formulada por Charaudeau (2003), cuyo análisis incluye el examen de la situación comunicativa específica, pero también de los actores, los dispositivos, la temática y los propósitos implicados en el foro. No se puede estudiar el comentario del lector sino como un momento del flujo dialógico de los enunciados, como insertos en el contrato comunicativo del foro del lector.

Los foros de los lectores -así como los intercambios entre los usuarios a través de las redes sociales- se pueden estudiar hoy como *laboratorios vivos*, dinámicos, en los que se forma una parte decisiva de las corrientes de opinión y los procesos discursivos en la sociedad contemporánea, en una fase anterior a su formalización, esto es, “en bruto”, sin decantaciones ni filtros.

La cuestión de las identidades

Según Charaudeau, al examinar la *identidad* como uno de los elementos que constituyen el contrato comunicativo, intentamos responder a preguntas del siguiente tenor: ¿Quién intercambia con quién? ¿Quién habla a quién? ¿Quién se dirige a quién? Es la cuestión de los actores o sujetos discursivos y de sus interacciones mutuas, los flujos de sentidos que definen sus intercambios comunicativos.

Secundariamente, me parece pertinente explorar en este apartado la cuestión de la construcción identitaria de esos sujetos (la construcción del *self*), quienes definen y moldean sus identidades, principalmente, a través de sus interacciones comunicativas en red.

En el capítulo 1 describimos las diversas interacciones entre sujetos que tienen lugar en el espacio del foro (lector/columnista; lector/lector; lector/medio), las cuales emergen a partir de la lectura de una columna de opinión específica, esto es, de un enunciado que opera inicialmente como elemento catalizador de las intervenciones en el foro.

Ahora bien, en los foros no participan todos los lectores de la prensa digital, ni siquiera la mayoría, solo una parte de ellos que Rost denomina una “minoría activa”⁹⁷. El investigador argentino (Rost, 2012) estimó que apenas el 5% de los lectores del portal digital del diario argentino *Clarín* en 2002 y 2003 se animaban a escribir un comentario. Para el caso colombiano, no contamos todavía con estadísticas precisas. Con la información disponible, solo podemos enhebrar algunas características generales acerca de los foristas en nuestro país, los cuales- como resulta apenas obvio- tienen acceso a Internet y disponen de algún tiempo para leer y comentar, se interesan por la política (aquellos que siguen habitualmente la sección de opinión de los sitios Web), y son los creadores de sus propios comentarios en línea, sin considerar inicialmente el contenido o la calidad de los mismos.

⁹⁷ Sostiene Alejandro Rost (2012, p.29): “En realidad, así como los medios ofrecen distintos grados de interactividad, también hay un espectro de usuarios con distintos niveles de participación. Tras una encuesta a internautas en los EE.UU, Forrester propuso en 2007- antes del auge de las redes sociales- distinguir seis perfiles de usuarios: creadores (13%, publican en blogs y webs 2.0), críticos (19%, comentan y votan), recolectores (15%, usan RSS y herramientas de organización), sociables (19%, usan redes sociales), espectadores (23 %, consumen blogs y contenido web 2.0) y pasivos (52%, sin contacto con blogs y web 2.0). Y añade: “Cabe preguntarse hasta qué punto este escaso interés por participar se ha modificado con el uso creciente de redes sociales en 2009, que le asignan un rol más activo al usuario”.

Pero es más lo que hoy en día ignoramos que lo que sabemos de estos lectores/usuarios, lo cual se constituye en un enorme reto para un eventual futuro trabajo de sociología de las audiencias digitales⁹⁸. Sabemos que en los foros hay pensionados, con suficiente tiempo disponible y acceso a internet; hay funcionarios públicos que dedican una parte de la jornada laboral a navegar furtivamente en la red desde sus puestos de trabajo; hay migrantes que desde sus lugares de residencia en el exterior mantienen una conexión con su país de origen a través de la prensa digital. También sabemos que hay empleados ocasionales de las campañas políticas que en tiempos de elecciones divulgan sus consignas y realizan propaganda más o menos encubierta en los foros y las redes sociales, así como *trolls* que desahogan sus frustraciones hostigando a los demás tras la máscara del anonimato, y agentes encubiertos de organismos de seguridad que monitorean el ciberespacio en busca de potenciales enemigos de la seguridad del Estado o de opositores políticos.

Los foros de los lectores no tienen un valor estadísticamente representativo del universo de los usuarios; su importancia reside en que en ellos se lanzan globos de ensayo, se experimenta con la identidad y con las ideas y posturas que posteriormente decantarán como corrientes más o menos firmes de la opinión pública. En algunos casos, se hace activismo político *on line*. Se trata de fragmentos de la esfera pública mediatizada, pergeñados por los usuarios más activos, los cuales operan como una suerte de laboratorio en el que se ponen a prueba las tendencias que competirán por la primacía en el debate público⁹⁹.

El lector comparece ante el foro con un *Nick o username* (que no es su nombre propio sino una especie de máscara) y con su propio discurso/comentario. Ambos ofrecen pistas e indicios acerca de las identidades de cada usuario. El anonimato- favorecido por la propia interfaz del foro del lector- es un rasgo específico y peculiar de estas interacciones digitales, que las diferencia de los encuentros cara a cara, en los cuales la presencia corpórea de los interlocutores les suministra una información sobre los otros – *feedback*- más abundante o confiable.

⁹⁸ Es altamente probable que las empresas mediáticas y del sector de la publicidad y el mercadeo, hayan sistematizado las bases de datos de los usuarios registrados de la prensa digital, y los aprovechen para sus planes de mercadeo y su negocio publicitario.

⁹⁹ Estudiando los procesos de consumo de los productos de la industria cultural norteamericana, Jenkins (2009) ha esbozado el criterio de que los fans son parte de *comunidades interpretativas (o inteligentes)*, que actúan como una suerte de laboratorio de experimentación donde los usuarios más activos y conscientes participan en discusiones y en actividades colaborativas, las cuales prefiguran prácticas de comportamiento y sociabilidad que progresivamente se pueden ir generalizando en el conjunto de la sociedad.

Las tomas de posición (*posicionamientos*) del usuario - frente al texto de la columna, ante un hecho de actualidad, frente al columnista y ante los puntos de vista de los demás foristas-, forman parte del incesante proceso de definición y redefinición de sus propias identidades culturales y políticas. Tales identidades no están completamente dadas o definidas de antemano para el usuario, y por lo tanto la función del foro no es simplemente la de servir de espacio de escenificación o exteriorización de las mismas.

El usuario se va reconociendo a sí mismo en lo que escribe y postea (no solo textos, sino también contenidos multimodales), y a su vez, los demás participantes del foro pueden ir recopilando datos acerca de otros usuarios que despierten su interés o su curiosidad, en la medida en que leen sus intervenciones textuales en el foro o dialogan con ellos mediante la interfaz (respuesta a un comentario).

No se puede postular válidamente que los usuarios chapoteen sobre una nada interpretativa a la hora de ofrecer sus respuestas al discurso mediático, partiendo de cero en cada oportunidad, pues esto sería desconocer la influencia de la propia cultura en las subjetividades individuales, los marcos interpretativos y los filtros cognitivos que provee. De modo que las variadas *culturas políticas* en las que se inscriben los lectores se constituyen en el punto de apoyo principal para que estos ejerciten sus funciones como intérpretes y comentaristas *amateurs* de los contenidos mediáticos y de las respuestas de otros usuarios. Ese punto de partida es lo suficientemente sólido como para proveer a cada usuario de un *lugar de enunciación* específico, y a la vez tan flexible y ajustable como para permitirle –al menos a una parte de ellos- configurar y reconfigurar sus identidades políticas, en forma permanente y relacional, identidades que ya no pueden ampararse – como antaño- en esencialismos e inmutabilidades de ninguna naturaleza.

Las formas y los caminos de construcción y ajuste de las identidades culturales, políticas, sexuales y de género, por parte de los usuarios, son variadas y de ningún modo se pueden reducir exclusivamente a Internet, ni siquiera entre la joven generación. Los medios masivos y la industria cultural proveen referentes comunes para realizar procesos de identificación por parte de los usuarios, pues resulta más sencillo hacerlo a partir de materiales compartidos por muchos. Internet ha facilitado enormemente la posibilidad de intercomunicación entre los usuarios, haciendo quizá más eficaces esas búsquedas identitarias, dándoles canales de interconexión a los usuarios que antes eran más esporádicos, localizados, lentos o costosos.

Como advierte Castells (2009, p.177), en la sociedad red ya no se trata solo de compartir la cultura, sino de experimentar *la cultura de compartir*. Como habitantes de esa nueva cultura, los usuarios pueden decir hoy: “*I share, then I am*” (“Comparto, luego soy”) (Caro Castaño, 2012).

Las temáticas: ¿de qué estamos hablando?

En la medida en que el comentario del lector se inscribe en la *posición de respuesta* (Bajtín, Estética de la creación verbal, 2005) de los usuarios ante los contenidos e interpelaciones que ofrecen las industrias mediáticas o las instituciones periodísticas, y, como parte de ellas, los diversos columnistas de la sección de opinión, los contenidos temáticos del foro cuentan con el texto de opinión del respectivo columnista como elemento o *factor disparador* de las interacciones del foro. Las excepciones que se presentan marginalmente, es decir, algunas intervenciones impertinentes o fuera de lugar que realizan los usuarios, tales como el uso indebido del espacio para la promoción publicitaria o para postear comentarios que responden a otras columnas que han deshabilitado su propio foro, no hacen sino confirmar esa regla.

Interacción lector/texto

Ahora bien, ocurre a menudo que el usuario no restringe su comentario a la temática acotada que propone el columnista, sino que explora posibilidades de ampliación del tema, buscando insertarlo en conjuntos significativos de más amplitud y alcance, o en relaciones de causa/efecto o de contigüidad que el propio columnista ha pasado por alto o no ha comprendido (según el punto de vista individual del lector).

En el mismo orden de ideas, una vez que se ha inaugurado el foro correspondiente, el autor de la columna pierde todo poder de controlar y encauzar las intervenciones de los foristas, y son estos los que – a través de sus interacciones mutuas- toman las riendas y la conducción del foro, a lo cual contribuye la pauta recurrente de que los columnistas no intervengan en forma abierta en el foro ni realicen algún tipo de moderación del mismo¹⁰⁰.

A partir de un proceso de inferencias y de asociaciones libres- que revelan parcialmente sus *procesos de lectura* -, los propios usuarios van realizando desplazamientos temáticos a primera vista espontáneos y caprichosos, de tal manera que, si nos tomásemos el trabajo de

¹⁰⁰ El foro que se desprende de la columna de Claudia López en *lasillavacia.com*, constituye una excepción, la cual se explica por el hecho de que inicialmente López alimentó su propio blog en el *site* del medio, que luego mutó a columna de opinión, y es una práctica habitual de los blogueros moderar personalmente los foros.

intentar reconstruir *a posteriori* el contenido de la columna a partir de los enunciados de los usuarios en el foro, naufragaríamos en el empeño.

No se ha advertido con suficiente énfasis que los usuarios privilegian en estos foros el intercambio acerca de sus propias culturas políticas y de los valores que sustentan, y esto lo hacen a propósito de cualquier tema.

Adicionalmente, los peculiares *modos de lectura* de algunos usuarios, hacen posible que en ocasiones una idea relativamente secundaria o marginal de la columna, se constituya en el eje alrededor del cual algunos lectores organizan sus intervenciones y sus intercambios, sin poner en consideración los argumentos centrales del columnista para organizar sus propias respuestas.

Interacción lector/columnista

En la interacción lector/columnista a través de los foros, se advierten algunas tensiones, el agotamiento de relaciones tradicionales que ya aparecen como anacrónicas y nuevas demandas por parte de los usuarios. Algunos ya no soportan una relación de tipo autoritario entre columnista y lectores, en la que aquellos se sientan autorizados a prescribir los modos de pensar y de actuar de sus lectores, por ejemplo, en materias electorales y políticas. Una franja de los usuarios más activos no quiere perpetuar ese tipo de relación, reclaman su autonomía o independencia de criterio, sobre todo en cuestiones políticas.

¿Qué es lo que demandan los usuarios de ese nuevo tipo de relación no autoritaria lector/columnista? Es una pregunta abierta que todavía no encuentra respuestas satisfactorias. Algo sí aparece cada día más claro: asistimos a una especie de ruptura de esa especie de contrato de lectura tradicional columnista/lector, hay una suerte de rebelión de una franja de los usuarios.

En el foro de los lectores que se desprende de la columna de María Isabel Rueda en *eltiempo.com*, por ejemplo, unos pocos usuarios le expresan su respaldo irrestricto; otros manifiestan respaldo a aspectos generales de la columna, con ampliaciones, matizaciones, y datos complementarios por parte del lector. No faltan los usuarios que exteriorizan en el foro un franco rechazo al posicionamiento de la columnista, y algunos van más allá y pasan al ataque a la imagen personal de la columnista, dando rienda suelta a rudas descalificaciones. Como lo examiné en el apartado sobre el insulto político, algunos usuarios insisten de todas maneras en leer a esos columnistas que detestan para tener la ocasión de controvertirlos, como

una manera *adversativa* de construir sus identidades políticas por la vía del contraste y la reluctancia.

De cualquier modo, se advierte un creciente reclamo de autonomía por parte del lector que indica un cierto cambio cultural: el lector no quiere que le ordenen qué pensar y qué hacer, anhela pensar por sí mismo, necesita construir y reconstruir su identidad política en forma dialógica y colaborativa. ¿Estarán los columnistas, o al menos una parte de ellos, dispuestos a aceptar la renegociación de las reglas que rigen el contrato de lectura por parte de los usuarios?

CAPÍTULO IV. DISPUTAS POR EL ETHOS, RETÓRICA DE LAS PASIONES Y ACTITUDES POLÍTICAS. APROXIMACIÓN ARGUMENTATIVA A LOS FOROS DE LOS LECTORES

4.1 El *Ethos* de los columnistas y el de los usuarios

En la antigua retórica greco-romana, la gestión discursiva de las pasiones, los sentimientos y los valores del auditorio, se condensa en el *phatos*; las luchas por la credibilidad y el prestigio del orador, se escenifican en el *ethos*; y los argumentos se revisten de verosimilitud y plausibilidad para los oyentes en el *logos*, que es el terreno de la *razonabilidad*.

En palabras de Perelman: “Lo que los antiguos llamaban el Ethos oratorio se resume en la impresión que el orador, por sus propósitos, da de sí mismo” (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989, p.490). Y añade: “El orador, en efecto, ha de inspirar confianza; sin ella, el discurso no merece crédito.”

Para los romanos (Isócrates, Cicerón, Quintiliano), el *Ethos* es la imagen que proyecta el orador sobre el auditorio a partir de sus antecedentes y su trayectoria biográfica. Esta perspectiva “pone el acento en la persona del orador y toma en cuenta, por lo tanto, datos extrínsecos al discurso, como la reputación” (Amossy, 2011; Bettendorff, 2011).

Los antecedentes biográficos- según Perelman- operan como un contexto para la interpretación del discurso del orador por parte del oyente; sirven para develar sus “verdaderas intenciones”. ¿Qué se propone el orador cuando dice esto o aquello? ¿Cuáles son sus intenciones reales? Tales son algunas de las preguntas que intentan resolver los oyentes cuando encaran la argumentación del orador.

“Las funciones ejercidas, exactamente lo mismo que la persona del orador, constituyen un contexto cuya influencia es innegable”, aseveran Perelman y Olbrechts –Titeca (1989, p. 490); para ilustrar su punto de vista, hacen notar que los miembros de un jurado valorarán de forma muy diferente las mismas palabras, dependiendo de si han sido pronunciadas por el juez, el abogado o el procurador.

La retórica contemporánea, a partir de Perelman, ha procurado integrar las perspectivas griega y romana del *Ethos* en un concepto convergente, entendiéndolo como la

imagen de sí mismo que ofrece el orador a través del discurso, según *El Estagirita*, y a la vez como la reputación que surge de los antecedentes biográficos del orador, al decir de Quintiliano.

En nuestros días, Ruth Amossy (2011) postula una dimensión ampliada o expandida del *Ethos*, el cual no estaría presente solo en los argumentos persuasivos, sino en todos los enunciados que se presentan en situaciones comunicativas determinadas y que implican procesos de interacción entre oradores y oyentes.

4.1.1 Disputas por el *Ethos* del columnista en el foro

Los lectores de José Obdulio Gaviria en *eltiempo.com*, a la hora de valorar las presuntas virtudes de este columnista, se desdoblán en dos visiones contrastantes. Para unos, Gaviria realiza una “gran labor (...) denunciando con pruebas” a todos aquellos que desde la rama de la justicia, el periodismo o las ONGs, le hacen el juego y colaboran con el “terrorismo”. Para los que se sienten afectados por estas campañas “purificadoras” del consejero del expresidente Uribe Vélez, Gaviria es un “fanático mesiánico” y “desquiciado”.

Los primeros aseguran que el columnista se ocupa de “esclarecer entuertos de quienes orientan, protegen y ensalzan terroristas”. Según los lectores/usuarios permeados por la cultura política autoritaria, las campañas de descalificación y los ataques *ad personam* que Gaviria orquesta contra los distintos actores y personajes de la vida política colombiana que se oponen a los postulados o a la figura política del expresidente Uribe Vélez, forman parte de las virtudes del columnista. “Usted dice las cosas tal como son”, aseguran algunos usuarios con respecto a Gaviria; según ellos, la veracidad y la objetividad serían atributos de este columnista.

En el tipo específico de relación columnista/lector que se establece entre José Obdulio Gaviria y una parte de sus lectores, es común el comentario elogioso y la alabanza de las virtudes del opinador por parte de estos. El usuario/adherente, cuando despliega alguna iniciativa propia en el foro, a menudo se limita a ser un eco de los argumentos del columnista: “Excelente artículo, José Obdulio. siga esclareciendo los entuertos de quienes orientan, protegen y ensalzan terroristas. yo también me pregunto, ¿qué hacer?” (cata45, 25-10-11, *eltiempo.com*).

Los detractores de *Jog-* como también se le llama en algunos círculos-, en cambio, le enrostran su cercano parentesco con el narcotraficante Pablo Escobar Gaviria (primos), el

hecho de que dos de sus hermanos pagaron penas de prisión por tráfico de cocaína en los EE.UU, y su presunta participación en el escándalo de las “Chuzadas” durante el gobierno Uribe: una masiva campaña ilegal de interceptaciones telefónicas a magistrados de la Corte Suprema de Justicia, periodistas críticos del gobierno, así como a líderes de la oposición, organizada desde las más altos niveles jerárquicos del Departamento Administrativo de Seguridad, Das, un organismo de seguridad que depende directamente de la Presidencia de la República. El único mérito que estarían dispuestos a concederle a Gaviria sería la *virtud del sicofante*, esto es, del hacedor de calumnias.

Estos usuarios disidentes a menudo le enrostran al columnista Fernando Londoño Hoyos, de *eltiempo.com*, la sanción que profirió en su contra la Procuraduría General de la Nación por la adquisición irregular de acciones de Invercolsa, en virtud de la cual Londoño fue inhabilitado por 18 años para ocupar cargos públicos. “...Viejos rateros como usted, hampones de su calaña, delincuentes de su estirpe, no sólo se han robado el erario público, sino que corrompen a este país con sus mentiras y su discursito moralista”, sostiene el usuario *Burletero*¹⁰¹.

“Si escribiera este artículo una persona diferente a usted le creería...”, sostiene por su parte el usuario *aofp* en el mismo foro. Honestidad, credibilidad y reputación, son virtudes que le faltan a Londoño, según este usuario, pues es un “ladrón de siete suelas” y por lo tanto un “delincuente”. Por lo anterior, Londoño no sería “digno de dar ejemplo” ni de hacer “defensas jurídicas”, como las que realiza a menudo en su columna a propósito de oficiales de las Fuerzas Armadas que afrontan procesos judiciales por “falsos positivos” o violación sistemática de los derechos humanos.

Cuando el 15 de Mayo de 2012 el ex ministro y columnista Fernando Londoño Hoyos sobrevivió a un atentado con explosivos mientras se desplazaba en su vehículo resguardado por guardaespaldas por una avenida del norte de Bogotá, su controvertida personalidad política se situó de nuevo al centro del debate político, a la vez que circulaban versiones contrapuestas y todavía no confirmadas acerca de los autores del atentado: algunos sindicaron a las Farc, y otros a grupos ilegales de extrema derecha interesados en profundizar la sensación de caos e inseguridad, con el fin de desacreditar al presidente Santos. Un acto de homenaje público a Fernando Londoño Hoyos realizado semanas después del atentado, sirvió de plataforma de lanzamiento del nuevo proyecto político del expresidente Uribe Vélez,

¹⁰¹ *Burletero*, 19-10-11, *eltiempo.com*.

denominado Puro Centro Democrático, quien formalizó la postura de oposición de éste sector frente al gobierno Santos.

En los casos de Fernando Londoño y de José Obdulio Gaviria, columnistas de *eltiempo.com* durante el lapso estudiado¹⁰², se puede advertir en el corpus que las valoraciones que hacen los diferentes usuarios del *ethos* de cada columnista, son dicotómicas y contrastantes, según si los usuarios son uribistas o antiuribistas.

Londoño y Gaviria son líderes de opinión de la ultraderecha colombiana, como se ratificó en el referido homenaje posterior al atentado contra el primero. Y al mismo tiempo, serían personas “sin autoridad moral para opinar y hablar”, según alegan los lectores/usuarios adscritos a la cultura política de la protesta y la resistencia, quienes no rebajan al primero de “ladrón” y “delincuente”, y al segundo de calumniador y de orquestador de las escuchas ilegales contra los disidentes del régimen uribista.

¿Qué significado tienen los anteriores datos empíricos para la noción teórica de *Auditorio* postulada por Perelman? ¿Si el auditorio es una construcción mental del Orador y se refiere a los destinatarios de su discurso tal y como éste los prefigura, los foros digitales visibilizan a una franja de lectores/usuarios que pueden no coincidir con el auditorio tal y como el orador lo concibe? ¿Qué sucede con estos lectores disidentes? ¿Qué sucede con los auditorios y qué pasa con los usuarios/lectores efectivos en contextos de polarización política? ¿Se fragmentan? ¿Se desdoblan? ¿Cada orador da lugar a varios *ethos* en el auditorio y no a solo uno, según como se distribuyan las culturas políticas de los lectores/usuarios efectivos? Como anota Perelman al analizar el discurso parlamentario, el orador puede incluir entre los integrantes del *Auditorio*- como construcción mental suya-, bien a los miembros de su bancada con exclusión de las demás bancadas, o bien a todas las bancadas, e inclusive a los televidentes que visualizan las sesiones del parlamento; de lo anterior se infiera que corresponde a una decisión del orador, determinada por sus propósitos o intenciones retóricas, el restringir o ampliar el espectro político y cultural de su auditorio. En este sentido, la respuesta a los anteriores interrogantes no puede darse en un sentido genérico, sino analizando el tipo de interrelación específica que establece cada columnista con sus lectores.

¹⁰² La columna de José Obdulio Gaviria en *El Tiempo* fue suspendida a finales de septiembre de 2012 tras la publicación por parte de éste de una controvertida columna de opinión que incluyó afirmaciones calumniosas sobre el proceso de paz del gobierno Santos con las Farc, lo cual dio lugar a un editorial de rechazo del periódico *El Tiempo*.

Alejandro Gaviria y los desajustes del Ethos

En el caso de Gaviria, el *ethos proyectivo* está muy vinculado a su oficio y a las funciones institucionales que desempeñaba al momento de publicar las columnas incluídas en el corpus: Decano de la Facultad de Economía de la Universidad de los Andes, una de las universidades privadas colombianas de mayor prestigio y cuyos costos de matrícula son más elevados¹⁰³. Algunos usuarios parten de esta condición, para señalar que si el columnista es académico y economista de prestigio, debería aportar argumentos claros a partir de su disciplina: ofrecer estadísticas, análisis comparativos del desarrollo económico entre países, datos puntuales sobre presupuesto y demás. Como en algunos casos controversiales no lo hizo- por ejemplo, cuando opinó sobre las protestas universitarias contra la reforma de la Ley 30 de Educación Superior-, estos usuarios no dejaron pasar por alto lo que consideran una incongruencia. En términos de Michel Meyer, para estos usuarios hay un desajuste entre el *ethos proyectivo* y el *ethos efectivo* del orador, es decir, entre la imagen de sí – previa al discurso- que el orador proyecta sobre el auditorio, de un lado, y el comportamiento efectivo del orador mediante el discurso, del otro:

Con su columna, Alejandro Gaviria confirma algún rumor sobre él: que es un académico con poca capacidad de análisis y argumentativa. Decir que las protestas estudiantiles se deben al capricho irracional de estos de querer más porque sí o porque hay con qué, me parece que es caer en la estupidez y no entender la problemática... (Juanbetar, 11-13-2011, *elspectador.com*)

Por supuesto, la anterior no es una postura unánime y ni siquiera mayoritaria de parte de los usuarios. Hay quienes lo consideran un intelectual competente, agudo, ponderado y de criterio independiente. De lo anterior se infiere que el *ethos proyectivo* de Alejandro Gaviria- como el de todos los columnistas- no es homogéneo y se desdobra en función de las diversas culturas políticas de los lectores. Pero en la coyuntura específica en que se colectaron estos comentarios (Octubre y Noviembre de 2011), un brioso movimiento estudiantil universitario volcado disciplinada y alegremente a las calles de la capital del país y otras ciudades intermedias, con participación inclusive de estudiantes de las universidades privadas, le pasó factura de cobro a la postura escéptica de Gaviria frente a las razones que se esgrimían por parte de los marchantes.

¹⁰³ Alejandro Gaviria suspendió su columna en *El Espectador* el 1 de Septiembre de 2012 para asumir el cargo de Ministro de Salud del gobierno Santos.

¿De qué privilegios hay que gozar para tener una visión tan conformista de la actualidad nacional? Sin duda, la vida le ha sonreído al doctor Gaviria. No así a la mayoría de los colombianos (Condoricosas, 11-13-2011, *elespectador.com*)

De este modo se explicita una brecha social, una distancia socioeconómica, entre el columnista a quien “la vida le ha sonreído”, y la “mayoría de los colombianos”, de quien el usuario se siente parte.

Marc Angenot (2010, p.171) acuñó los términos de *rupturas cognitiva y argumentativa* para caracterizar lo que para él son los fenómenos más recurrentes en el discurso social contemporáneo: más importante que elucubrar sobre las circunstancias relativamente marginales en las que orador y auditorio se unen en una empresa común de persuasión y convencimiento, Angenot concentra su interés en el estudio de los *malentendidos*, aquellos desencuentros comunicativos en los que los sujetos hablantes tienen la nítida impresión de que los separa un abismo y que sus diferencias de opinión resultan insalvables, a raíz de los modos tan radicalmente distintos de pensar y entender los asuntos en discusión.

A mi entender, esos *malentendidos* rebasan los bordes del discurso y remiten a una falla estructural en la sociedad, a un desequilibrio estructural que puede llegar a ser- en ciertas condiciones y a través de las mediaciones que posibilitan las culturas políticas- el origen de agudos antagonismos sociales y políticos.

Salud Hernández Mora

Si nos atenemos a las expresiones de un apreciable número de lectores/usuarios en los foros de Salud Hernández Mora, la columnista expresa un cierto sentido común de una franja de la población, de características más o menos comunes.

“¡excelente, excelente, excelentísima columna,! Gracias señora periodista salud hernandez. Lee uno sus escritos y siente que son las mismas palabras que uno quiere decir y lo piensa, pero no tiene los medios para hacerlo”
(ROBERTO LOPEZ,13-11-2011,*eltiempo.com*)

Hay lectores que buscan en sus columnistas predilectos la confirmación de las visiones, premisas e inclusive prejuicios que comparte con aquellos grupos o franjas sociales a las que pertenece; se podría decir que leen a sus columnistas para confirmar sus prejuicios. Podríamos aventurar la hipótesis de que Salud Hernández se hace cargo de poner en blanco y negro la psicología de la clase media urbana de raíces conservadoras, traduciendo ese *phatos*

de indignación moral y de temor al cambio social que le es característico, así como la caprichosa volubilidad de sus opiniones políticas.

En este orden ideas, son esclarecedoras los siguientes asertos de Perelman:

El estudio de los auditorios podría constituir igualmente un capítulo de sociología, pues, más que de su carácter propio, las opiniones de un hombre dependen de su medio social, de su entorno, de la gente con la que trata y entre la que vive (...). Cada medio podría caracterizarse por sus opiniones dominantes, por sus convicciones no discutidas, por las premisas que admite sin vacilar: estas concepciones, forman parte de su cultura, y a todo orador que quiera persuadir a un auditorio particular no le queda otro remedio que adaptarse a él (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989, p. 56,57).

¿Persuadir o construir la identidad política propia?

Un gran número de comentarios de los lectores- en especial en contextos de polarización política como el que estudiamos- giran alrededor de la impugnación y la defensa del *Ethos* del columnista. Por ejemplo, los usuarios opuestos al ex presidente Uribe que escriben en los foros de los columnistas cercanos a éste, se ocupan con una pasión inagotable de tratar de destruir o enlodar el *ethos* del columnista, su reputación y prestigio, pues alimentan la expectativa de que si lo consiguen quizá le sustraerían toda credibilidad entre sus lectores, y por lo tanto, minarían el potencial persuasivo del autor ante sus seguidores, o al menos, ante una parte de ellos. Algo similar ocurre con los comentaristas uribistas que postean en los foros de lectores de los columnistas críticos del ex presidente. Lo anterior refuerza la noción de que el *ethos* es una co-construcción conjunta entre el orador y el auditorio, y por lo tanto no es una tarea unilateral y exclusiva del orador (Bettendorff, 2011).

Hay, sin embargo, otra manera de interpretar estas conductas de los usuarios: las impugnaciones al *ethos* del columnista, funcionan o actúan como un *argumento por el antimodelo*¹⁰⁴, que resulta funcional en el empeño de los usuarios de avanzar en la construcción y ajuste permanente de sus identidades políticas, las cuales se emplazan en las antípodas del modo de pensar del columnista. No se trata de que el lector/usuario persiga el

¹⁰⁴ Al respecto anota Perelman (1989, p. 559-561): “Si la referencia a un modelo permite promover ciertas conductas, la referencia a un contraste, a un *antimodelo*, posibilita su alejamiento. Para algunos, como Montaigne, la acción del antimodelo es la más eficaz: (...) Puede que haya alguien como yo, que me instruyo mejor con el contraste que con el ejemplo, huyendo de algo que siguiéndolo...”. En todo caso, añade Perelman: “en el argumento del antimodelo se incita a distinguirse de alguien, sin que de ello se pueda inferir siempre una conducta precisa”.

propósito central de desenmascarar al columnista ante sus propios lectores consuetudinarios (a lo sumo esta sería una finalidad menor y secundaria), sino que ante todo se propone apuntalar sus propias convicciones y señas de identidad, mediante el recurso del contraste, de la repulsa o reluctancia frente a un modelo negativo.

En este orden de ideas, los juegos y maniobras discursivas que se ocupan del *ethos* del columnista, o del personaje político objeto de la crítica (la exsenadora Piedad Córdoba o el expresidente Uribe, para citar dos casos emblemáticos), despliegan los variados recursos del *discurso epidíctico* o demostrativo, aquellos que van del encomio y el elogio, en uno de los extremos del diapasón, a la censura y la reprobación, en el opuesto. A menudo, también se entremezclan en un mismo comentario los aplausos y los chiflidos, aunque dirigidos a blancos diferenciados y contrastantes, como en aquellas secciones de la prensa gráfica en la que un personaje sube o baja en el ranking de la aprobación de la “opinión pública” (que a menudo no es otra cosa que el nombre engañoso con el que se reviste la opinión de los editores del medio respectivo).

Ahora bien, la mayor parte de estas intervenciones discursivas expresan o revelan el *phatos* de los lectores/usuarios, sus sentimientos de rabia, ira, indignación, sus anhelos de justicia o de vindicta, sus temores, amores y odios.

4.1.2 El *ethos* de los lectores/usuarios

¿Quién o qué autoriza al usuario a opinar en público en el foro? ¿Desde qué autoridad o legitimidad social habla el usuario? ¿Qué credenciales ostenta o exhibe para dar rienda suelta a su propio discurso? ¿Es vocero de alguien, además de sí mismo?

Los lectores/usuarios a menudo se apoyan en el hecho de *haber visto*, asistido, de haber vivido o de *haber tenido la experiencia* sobre una circunstancia o realidad, para atribuirse la autoridad moral para hablar, decir y opinar. Los usuarios rara vez invocan la condición de experto o técnico en el asunto. Es más bien la postura de quien habla a partir de su conocimiento directo y práctico de las cosas, del testigo presencial.

Con todo, esa *autorrepresentación* del usuario, la imagen que proyecta de sí mismo en el discurso, no debe entenderse a priori como una imagen objetiva o real; es el *ethos* del orador, y por tanto es un recurso retórico desplegado por este en el interior del discurso. Cuánto de verificable o de imaginario hay en ella, cuánto revela y cuánto oculta de sí el lector, no lo sabemos en este plano del análisis. No es el “yo” del lector lo que percibimos, es una

versión del “yo” para el consumo del foro., pues “(...) los individuos o los grupos son definidos no solamente por lo que son, sino también por lo que tienen la reputación de ser, por un *ser percibidos* que, incluso si depende estrechamente de su ser, no es jamás reducible a ese ser...” (Bourdieu, 2007, 217).

En suma, no pocos usuarios invocan -para ejercer el derecho a la palabra en el foro- la *experiencia vivida*, la simple y a la vez exigente condición de ciudadanos, o el ejercicio de la libertad de opinión y de expresión- que no es sino otra dimensión de esa ciudadanía-. Algunos lectores se apoyan en su condición de expertos en algún tema de naturaleza técnica o especializada, y aún están los que lo se expresan en el foro como un acto lúdico de irresponsabilidad y desparpajo.

Al detenernos a examinar las credenciales que exhiben los usuarios para tomar la palabra, reconocemos que en tanto autores y productores de contenidos textuales, así sea un plano *amateur*, los usuarios – al igual que todo orador - se ven compelidos a recurrir al *ethos* como fuente de una parte de sus argumentos persuasivos. De modo que los foros de los lectores no son únicamente el espacio en el que se pone en escena el “yo” del columnista, sino el lugar donde este se encuentra con el “yo” y el “nosotros” de los lectores/comentaristas.

Asimismo, debemos tener en cuenta que el usuario es invitado a emitir su opinión, solicitado por los editores del medio digital a participar en los foros y demás espacios habilitados con este fin, bajo ciertas reglas básicas, en general poco constrictivas. Como lo apuntó Olga Lucía Lozano¹⁰⁵, Editora Creativa de *lasillavacia.com*, los usuarios se comportan en el foro según el modo como son tratados por parte de los anfitriones, es decir, por los editores del medio.

Ethos proyectivo y ethos real: desajustes y ajustes.

Carlospinoso es el nickname de un usuario, que responde en el foro de una de las columnas de *Jog* a la acusación que le lanzan otros usuarios (*Alejandro 40* y *Chiscciotini*) de ser un comentarista “prepago”¹⁰⁶; asegura que no es tal cosa sino un abogado que deriva sus ingresos del ejercicio profesional independiente. “Ahora si han leído mis comentarios, se

¹⁰⁵ Entrevista con Olga Lucía Lozano, Editora Creativa de *lasillavacia.com*, realizada por Juan Carlos Acebedo y Neyder Salazar, en Bogotá, el 14 de Julio de 2011.

¹⁰⁶ En el contexto colombiano, se llama coloquialmente “comentarista prepago”, a aquellos usuarios que participan de los foros en Internet, no de manera libre y espontánea, sino siguiendo instrucciones precisas de algún partido político o entidad que lo remunera por sus servicios. Tiene una connotación despectiva, semejante a la de *amanuense*, que se refuerza por la connotación moral: el vocablo “prepago” se utilizó inicialmente para denominar las tarjetas de teléfonos celulares que se cancelaban antes de consumir el tiempo de servicio; luego, su uso se extendió para designar una modalidad de prostitución más o menos exclusiva en la que el cliente debía abonar por anticipado el monto de sus servicios sexuales a la meretriz.

habrán dado cuenta de que conozco esa entelequia desde adentro y no la conocí leyendo *Voz*¹⁰⁷, no, jovencitos, la conocí desde adentro.” Con base en lo anterior, *Carlospinoso* concluye: “Critico y ataco con conocimiento de causa”¹⁰⁸.

Con fundamento en esos antecedentes biográficos, *Carlospinoso* afirma que puede criticar a la izquierda “mamerta” a partir del conocimiento obtenido mediante su propia experiencia como exmilitante de estos grupos. Hay en el intercambio entre estos usuarios una pugna en torno al *ethos* de cada uno y a su identidad política y social.

Además de la diferencia de opinión sobre cuestiones políticas que sostiene con otros usuarios, se advierte en el foro un desajuste inicial entre el *ethos proyectivo* y el *ethos real* de este usuario, lo que lo impulsa a intentar compatibilizarlos mediante la argumentación. Según Michel Meyer (2004), el ajuste de los *ethos* puede tener lugar en el proceso del *círculo retórico*.

Hay un *ethos inmanente*, que es el que proyecta como imagen el Otro de la relación retórica. El auditorio tiene, entonces una visión inmanente del orador y viceversa. Tanto el orador como el auditorio proyectan sobre el otro una imagen *a priori* que no corresponde necesariamente a la realidad (...) Junto a este *ethos proyectivo* o inmanente que emana del auditorio, junto al *phatos proyectivo* o inmanente, nacido en el espíritu del orador, está lo real, con un *ethos efectivo* que es el orador en su acción *real* y un *phatos efectivo*, con un auditorio real.¹⁰⁹

Para Meyer, el oyente de una interacción discursiva no es un ente pasivo- o un mero receptáculo y eco del orador- ; tiene interés en la cuestión o pregunta que da lugar al diferendo de opinión, y puede ensayar sus propias respuestas provisionales a la misma; como todo ser social, el oyente está habitado por valores, saberes propios o de su comunidad de origen, intereses sociales y personales, emociones y sentimientos, opiniones, dudas e

¹⁰⁷ *Voz* es el órgano periodístico del Partido Comunista Colombiano, PCC, agrupación política legalmente reconocida que participó en el Polo Democrático Alternativo, PDA, con otros sectores de izquierda y democráticos.

¹⁰⁸ Carlospinoso, 25-10-2011, *eltiempo.com*

¹⁰⁹ (...) En todas las citas del libro *La Rethorique*, de M. Meyer, me apoyo en la traducción del texto original en francés, realizada con fines didácticos por la profesora argentina María Elena Bitonte, la cual está disponible en la siguiente Url: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/Meyer-2004.pdf> (Recuperado el 7 de agosto de 2012).

incertidumbres; el oyente/interlocutor no simplemente está a la espera de lo que diga o haga el orador, ni en la actitud de quien anhela ser persuadido, y a menudo desea exteriorizar su propio punto de vista, ponerlo a prueba y confrontarlo con las otras respuestas de los demás participantes, y al hacerlo no puede menos que *exponerse* a sí mismo, proyectar una imagen de sí y de sus identidades.

Al comprometer su punto de vista en el foro el oyente se compromete a sí mismo- como advierte Austin- pues se obliga a defenderlo y a justificarlo en caso de ser requerido por otros participantes del foro, se obliga además a ser coherente con ese punto de vista, o bien, a justificar cada una de sus variaciones.

En el ejemplo del abogado de ideas ultraconservadoras que venimos analizando, parece que al usuario le interesa más salvaguardar o lograr este ajuste entre su *ethos proyectivo* y *real*, que llegar a un acuerdo o consenso con sus contradictores. Parafraseando a Meyer, en el discurso retórico se negocia tanto la *diferencia* de opinión como la *identidad* política y social de los protagonistas; y a menudo esta última emerge como un valor más importante que la primera.

Todo oyente -y, por extensión, todo lector/usuario- es por naturaleza activo. Sus respuestas al discurso del orador/columnista varían en una diapasón amplia, que va desde el pleno acuerdo al pleno desacuerdo, con variaciones intermedias. Así por ejemplo: tiene lugar un acuerdo general entre ambos, pero con mentís o desacuerdo particular por parte del lector; o bien, el usuario añade nuevas razones a favor del punto de vista. En otros casos, el usuario declara que normalmente coincide con el punto de vista del orador, pero en esta ocasión disiente; o al revés, lo común es que discrepe del columnista, pero esta vez- como cosa rara- está muy de acuerdo con él. Y así, se presentan otros matices de acuerdo/desacuerdo entre orador y oyente.

Ethos colectivo y sujetos sociales en acción

Algunos usuarios invocan un “nosotros” de contornos no siempre precisos, que pone de presente en el discurso su pretensión de poder hablar a nombre del sentir y el pensar de los ciudadanos, o de una parte significativa de estos, de ser intérprete o vocero de sus opiniones y de sus intereses colectivos.

Lectores permeados por ideas políticas de derecha, centro o izquierda, invocan al colectivo imaginario de “los ciudadanos”, o bien el de “la mayoría de los colombianos”, como un sujeto colectivo posible, potencial, al cual se llama y se interpela. Es el sujeto político por

excelencia de la lucha política democrática, y las agrupaciones partidistas y los llamados movimientos sociales compiten entre sí por atraerlo y por seducirlo.

En la coyuntura específica que estudiamos a través de los foros digitales, unos lectores son estudiantes que forman parte activa del movimiento universitario contra la reforma de la Ley 30; otros son “ciudadanos trabajadores y cumplidores”, “ciudadanos de a pie”, que reclaman un espacio de participación legítima en la definición de la cosa pública; los de más allá se autodenominan “indignados” por las manifestaciones de corrupción o los privilegios de la clase política; y los de más acá se nombran a sí mismos como “moradores del Magdalena medio” que se sienten amenazados en su derecho a gozar de las propiedades rurales “legítimamente adquiridas”.

El movimiento estudiantil universitario contra el proyecto de Reforma a la Ley 30

Después de asegurar que las protestas estudiantiles son el alma de la sociedad y por lo tanto no hay que temerlas, ni reprimirlas ni criminalizarlas, la columnista María Isabel Rueda puso en entredicho los métodos de protesta de los universitarios, que durante el mes de Octubre de 2011- cuando salió publicada la columna que dio lugar al foro que analizaremos a continuación-, habían protagonizado multitudinarias marchas en Bogotá y otras ciudades del país.

Pero, ¿no podrán colgar los pupitres de los postes de las calles sin trancar el tráfico? ¿Sin atentar contra los derechos del resto de la comunidad? ¿Sin realizar actos de vandalismo contra la propiedad común, como el Transmilenio? Pero, sobre todo, ¿protestar sin amedrentar a los estudiantes que no se quieren retrasar este semestre por cuenta de un disenso, que perfectamente se puede dar con la universidad funcionando?¹¹⁰

Según Rueda, los estudiantes no tenían razón para protestar contra el proyecto de Reforma a la ley 30, presentado al debate del parlamento por la Ministra de Educación María Fernanda Ocampo al promediar el año 2011. Aunque en respuesta a las críticas de la comunidad educativa el gobierno suprimió del proyecto de ley un artículo que daba vía libre a la creación de universidades con ánimo de lucro, asegura Rueda, “aún se escuchan arengas de este corte en medio de las protestas: '¡No al ánimo de lucro!', '¡No a la privatización!'.” Asimismo, “los que protestan pretenden que el Gobierno incluya en la reforma de la educación unas cuantas exóticas arandelas políticas”. Y continúa Rueda:

¹¹⁰ María Isabel Rueda, ¡Qué vivan los estudiantes!, 22-10-2011, *eltiempo.com*.

Un estudiante peludo que funge de vocero del estudiantado (muy peludo él, insisto, por cuenta del libre desarrollo de la personalidad), cada vez que tiene oportunidad de carear a la Ministra (que ante lo que escucha se mesa sus propios cabellos en agonía), le exige que la reforma educativa incluya una cláusula que diga que en Colombia no va a haber más plata para la guerra. Que no se va a permitir la entrada de más multinacionales al país a explotar los recursos naturales. Que se prohíba por Constitución el modelo neoliberal. Que se revoque el TLC. No sé por qué veo la mano de Piedad Córdoba y del senador Jorge Robledo en este tipo de arengas ideológicas...¹¹¹

A modo de conclusión, María Isabel Rueda sugirió que los intereses de la comunidad universitaria coincidían objetivamente con los propósitos del proyecto de reforma educativa del gobierno, con lo cual el movimiento universitario quedaba reducido a una expresión informe de descontento juvenil.

No pocos estudiantes universitarios reaccionaron enérgicamente en el foro a la columna de María Isabel Rueda. Veamos algunos de sus argumentos.

María Isabel Rueda: ¿no cree usted que se le ha ido la mano?, esta bien, exprese su opinión, usted puede o no estar de acuerdo con la protesta, aunque para estar de alguno de los lados se debe saber de lo que se habla (evidentemente usted no sabe, no creo que haya leído la última propuesta a la ley 30, y evidentemente tampoco se ha dado cuenta de porque se está protestando) (...) ¿acaso desde cuando por los estereotipos, o por el largo del cabello una persona tiene más o menos validez para argumentar?, se le fue la mano, y si no mire los comentarios. gracias!!!!!!! por personas como usted nada funciona bien en este país..... (Luciaatsa, 22-10-2011, *eltiempo.com*)

Son dos las críticas principales que plantea *Luciaatsa* a la columnista: no saber de lo que habla- pues presume que no ha leído el proyecto de Ley ni conoce las razones de la protesta estudiantil-, y utilizar estereotipos para descalificar a un vocero de los estudiantes que protestan. En suma, a María Isabel Rueda “se le ha ido la mano”- un modo coloquial de significar que ha sido imprudente-, lo cual le resta crédito a su punto de vista. Por su parte, la usuaria *Gloria Zapata* denuncia lo que en su sentir es una flagrante contradicción en la que ha incurrido Rueda, y afirma el derecho a disentir como algo que pertenece a todos los

¹¹¹ *Idem.*

ciudadanos y no solo a algunos elegidos:

(...) qué desfachatez, qué hipocresía, qué falta de principios, qué contradicción tan evidente la de la periodista María Isabel Rueda. Hace 15 días escribía en este mismo diario que se debía retirar la reforma a la justicia. Hoy le dice a los estudiantes que no se debe exigir el retiro de la reforma a la educación.(...) Desde cuándo el derecho a disentir puede ser ejercido por algunos y por otros no. Claro ejemplo de la doble moral que tanto daño le hace al país (...) (Gloria Zapata, 22-10-2011, *eltiempo.com*).

La misma usuaria puntualiza la que a su modo de ver es la “diferencia entre los periodistas y los estudiantes:

La diferencia entre la periodista y los estudiantes es que éstos últimos si tienen autoridad moral y claridad en los argumentos y propuestas para rechazar la reforma. En cambio las diatribas de la periodista a la reforma de la justicia son una gran estúpidez sin asidero alguno (lean el artículo y me darán la razón). (Gloria Zapata, 22-10-2011, *eltiempo.com*).

En los anteriores comentarios de los lectores se puede advertir cómo el usuario no está esperando ser persuadido en forma pasiva, pues tiene sus propios valores y criterios para juzgar; y cómo examina al orador ante todo como un *conjunto de valores* que tratan de imponérsele, y a los que se resiste contraponiéndole otros valores. En estos casos la argumentación sirve para marcar una diferencia, explicitarla y argumentarla a partir de valores y garantías propios de la cultura política democrática. No se argumenta para celebrar el consenso, ni para procurarlo, sino para remarcar y justificar la *distancia* retórica, que es también una distancia de intereses sociales y políticos. Las usuarias citadas se sienten parte de un sujeto político colectivo: el movimiento estudiantil universitario, y de cierto modo – indirectamente- asumen la vocería de ese *ethos colectivo* que las trasciende y las identifica.

“Lean el artículo y me darán la razón”, dice *Gloria Zapata*, y en sus palabras se adivina un propósito persuasivo de cara a los demás foristas. Así que estamos en presencia de un doble movimiento retórico: si por un lado se argumenta para subrayar una diferencia de opinión entre la columnista y los estudiantes, por el otro se persevera en la búsqueda de la adhesión y la persuasión de los miembros del foro digital, o al menos de una parte de ellos, como miembros de grupos sociales determinados que potencialmente podrían ofrecer su respaldo y su aliento al movimiento universitario.

Como lo sostiene Meyer (1993), la retórica no es otra cosa que la negociación de la diferencia y de la distancia entre locutor e interlocutor sobre un asunto o problema que los confronta; pero al mismo tiempo es la negociación de la identidad política, social o cultural entre un “yo” y un “tu”, o bien, en términos aristotélicos, entre un *Ethos* y un *Pathos*.

“Esta periodista no tiene autoridad moral para criticar a los estudiantes que le exigen a la ministra que retire la reforma”, asegura la usuaria *GloriaZapata*. Las disputas por el *Ethos*, son pugnas simbólicas acerca de quién puede hablar con legitimidad a nombre de alguien, en este caso de un sujeto colectivo: los estudiantes universitarios movilizados en las calles. Estos reclaman para sí el derecho a decir su propia palabra, a ponerle palabras al conflicto que están protagonizando, y a ser escuchados y tenidos en cuenta a la hora de tomar las decisiones que los afectan.

Discurso y conflictos por la propiedad de la tierra entre hacendados y campesinos: el caso de Las Pavas en el Sur de Bolívar

En la columna de opinión titulada “Los apaciguacionistas”¹¹², José Obdulio Gaviria alerta sobre una supuesta intención de las Farc de “volver a hacerse fuertes en el Magdalena Medio, Urabá y Montes de María”, promoviendo unas reuniones agraristas, con el auxilio del Senador Iván Cepeda, integrante del Polo Democrático Alternativo. En el foro de los lectores de esta columna, sobresale el siguiente comentario del usuario *Calydoscopio*:

Es cierto Jose Obdulio. a los moradores del magdalena medio nos consta que Iván Cepeda, el cura Giraldo y el cura de Roux están favoreciendo el establecimiento de celulas guerrilleras en toda la región del sur de Bolivar. De hecho, quieren nuevamente despojar a sus legítimos dueños de una finca llamada "pavas", actualmente cultivada en palma de aceite y legítimamente adquirida. Pero fue invadida hace un tiempo por orden de las far y sus dueños desplazados. Luego los paramilitares se adueñaron de ella al desalojar a las far de la región. Lamentablemente, Juan Camilo Restrepo les cree a sus amigos curas y esta haciendo las veces de idiota útil en beneficio de Iván Cepeda y su ralea. Es triste pero hoy, nadie nos oye...y la guerrilla....avanza con rapidez. (Calydoscopio, 5-10-2011, *eltiempo.com*)

¹¹² Gaviria, J.O. (5 de Octubre de 2011). Los apaciguacionistas. Recuperado el 20 de Agosto de 2011 de *eltiempo.com*: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4874559>

A simple vista, llaman la atención varios aspectos de este comentario. En primer lugar, dándole continuidad y eco a los ataques *ad personam* del propio columnista contra el senador de izquierda Iván Cepeda, el usuario manifiesta su acuerdo y le añade nuevos blancos al ataque: los padres jesuitas Javier Giraldo y Francisco de Roux (este último provincial de los Jesuitas en Colombia), quienes estarían “favoreciendo el establecimiento de células guerrilleras en toda la región del sur de Bolívar”. Para respaldar semejante sindicación, el usuario sólo esgrime un frágil “nos consta”, atribuido de modo genérico a los “moradores del Magdalena Medio”, una región agrícola y ganadera de alta complejidad social y económica. A renglón seguido, el usuario ofrece su versión resumida de un conflicto de tierras en la hacienda Las Pavas, localizada en esta misma región, donde sus “legítimos dueños y propietarios” estarían sufriendo el acoso de la guerrilla y ahora del propio Estado, a través del Ministro de Agricultura Juan Camilo Restrepo, quienes se habrían amangualado para desconocerles el derecho de propiedad. El comentario concluye con un argumento *ad misericordiam*, con el cual se busca despertar la empatía y la solidaridad de los foristas: “Es triste pero hoy, nadie nos oye... y la guerrilla...avanza con rapidez”.

Antecedentes y datos del contexto en el caso de Las Pavas

En lo atinente al Análisis del Discurso, empero, las cosas no suelen ser como se presentan al primer vistazo. Si se quiere escrutar el significado y la función social profunda de las palabras pronunciadas en situaciones comunicativas concretas, debe averiguarse por los antecedentes de los hechos, así como de los protagonistas; es preciso, en fin, describir y analizar la trama de relaciones sociales que envuelve a los actores o agentes, así como las tensiones y diferencias que a menudo los enfrentan entre sí.

Con base en el examen de una serie de artículos del portal *verdadabierta.com*¹¹³, que realiza un periodismo independiente y riguroso especializado en la cuestión de los derechos

¹¹³ Los artículos principales que contiene este portal sobre el asunto de Las Pavas, se pueden revisar a través de los siguientes links: Verdadabierta.com (5 de diciembre de 2011).Fiscalía comenzará nueva investigación sobre Las Pavas. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de [verdadabierta.com: http://www.verdadabierta.com/index.php?option=com_content&id=3739](http://www.verdadabierta.com/index.php?option=com_content&id=3739).

humanos en Colombia, podemos presentar en forma apretada los hitos más significativos de lo que ha acontecido en el caso de la hacienda Las Pavas.

En 1983, Jesús Emilio Escobar compró una serie de terrenos que el antiguo Incora había adjudicado a campesinos, en el municipio de San Martín de Loba, Sur de Bolívar. Son muy pocos los datos que se conocen del señor Escobar, pero lo que sí es claro es que a partir de 1997 se fue de la región y dejó el predio abandonado. La anterior circunstancia fue aprovechada por 123 familias sin tierra que habitaban en la vereda de Buenos Aires, cercana a los predios de Las Pavas, para ocupar esos terrenos abandonados y empezar a cultivarlos. Estas familias crearon en 1998 la Asociación de Campesinos de Buenos Aires, Asocab, que los representa desde entonces en sus reclamaciones al Estado.

Finalizando la década de los noventa, los grupos paramilitares iniciaron una fase de crecimiento y consolidación en el Sur de Bolívar, y como parte de esa dinámica instalaron un campamento en el corregimiento de Papayal, localizado a una hora de Las Pavas. Desde allí comenzaron su labor de control territorial y militar de la zona y sus habitantes. Eran los orígenes del Bloque Central Bolívar, al mando de alias *Julián Bolívar*, una de las estructuras reconocidas de las Autodefensas Unidas de Colombia.

En 2003 los paramilitares convocaron a los campesinos de Las Pavas a una reunión en el Aula Múltiple del Instituto Técnico Agropecuario, y les dijeron que esas tierras les pertenecían a su jefe y que deberían irse de allí. Eran más de cien paramilitares. A finales del mismo año, los paras los convocaron a una nueva reunión y allí reiteraron en tono enfático la orden de desalojo, amenazando de muerte a quien no la cumpliera.

Entretanto, las Autodefensas Unidas de Colombia iniciaron en Santa Fe de Ralito, Córdoba, un proceso de negociaciones con el gobierno de Alvaro Uribe Vélez, el cual

Verdadabierta.com (6 de Mayo de 2011). Corte Constitucional ordena restituir la finca las Pavas a desplazados. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de verdadabierta.com: <http://www.verdadabierta.com/bandera/3230-corte-constitucional-ordena-restituir-la-finca-las-pavas-a-desplazados>;

Verdadabierta.com (2 de Diciembre de 2011). Queremos que la Fiscalía nos escuche: víctima de Las Pavas. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de verdadabierta.com: <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/38-desplazados/3734-la-fiscalia-nos-puso-una-lapida-en-el-pecho-eliud-alvear/>

condujo en enero de 2006 a la relativa “desmovilización” de las estructuras armadas del Bloque Central Bolívar (en realidad, los paramilitares no abandonaron la región y bajo formas menos visibles han permanecido en ella ejerciendo control). Ante esa coyuntura de “desmovilización” de quienes los amenazaban de muerte, los campesinos empezaron a retornar a Las Pavas a finales de 2005 y continuaron explotándola.

Los campesinos iniciaron en el año 2006 acciones jurídicas conducentes a lograr la Extinción de Dominio- invocando el artículo 52 de la Ley 60 de 1994- sobre una extensión de tierra de 1223 hectáreas, debido al estado de abandono por parte del titular del predio. Asimismo, reclamaron la titulación de la hacienda Las Pavas a nombre de las familias que la estaban cultivando desde hacía varios años en un porcentaje cercano al 60 por ciento del predio, sin afectar humedales ni áreas ecológicamente vitales.

En junio de 2006 una comisión del Incoder realizó una visita oficial al predio, y constató la actividad productiva de las familias campesinas en la hacienda Las Pavas, así como la situación de abandono por parte de su dueño, por lo cual declaró el terreno como apto para iniciar un proceso de extinción de dominio y posterior titulación del predio a los campesinos que lo estaban cultivando.

En ese tiempo reapareció Escobar- el que tenía los títulos de propiedad de la hacienda- escoltado por un grupo de hombres armados, aunque sin insignias ni uniformes, y obligó a los campesinos mediante amenazas a desocupar nuevamente los predios de Las Pavas.

“Luego de lograr el desalojo, en marzo de 2007, Escobar fue hasta la Notaría 9 de Barranquilla y allí registró una compraventa de estas tierras a C.I. Tequendama S.A. y a Aportes San Isidro S.A., la primera filial del polémico grupo Daabon, de propiedad de la familia Dávila Abondano, y la segunda de propiedad de José Macías, quien al final le compró 50% a Daabon. La tierra sumó 1.717 hectáreas y fue negociada por mil millones de pesos.”¹¹⁴

Las mencionadas empresas palmicultoras, presentaron una querrela por ocupación de los predios de Las Pavas y consiguieron en 2009 que la policía desalojara por la fuerza a los

114

Verdadabierta.com (1 de Diciembre de 2011). En Las Pavas sí hay víctimas. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de verdadabierta.com: <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/158-captura-de-rentas-publicas/3733-en-las-pavas-si-hay-victimas/>

campesinos, luego de que un juez falló en segunda instancia una tutela en contra de los labriegos.

Dos años atrás, en 2007, las empresas palmicultoras habían ocupado los predios de Las Pavas con tractores, tumbaron al suelo los cultivos de los campesinos que para entonces habían iniciado unas siembras de cacao, y en su lugar sembraron árboles de palma africana. Empero, en diciembre de 2008, el Incoder expidió una resolución de extinción de dominio del predio, atendiendo a las demandas de los campesinos, que con ese documento en la mano retornaron a Las Pavas el 15 de enero de 2009.

Para entonces, los campesinos decidieron buscar acompañamiento y asesoría jurídica de la Corporación de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y del Consultorio Jurídico de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Javeriana, y en particular, del padre Francisco de Roux, actual provincial de la comunidad jesuita en Colombia, quien durante años lideró procesos sociales con participación de comunidades en la conflictiva región.

Comenzamos a hacer una tutela, exigiendo poder vivir en Las Pavas, y ganamos la primera instancia emitida por un juez de San Martín de Loba. Las empresas de palma pusieron un recurso y la segunda decisión salió en contra, esa vez, emitida por un juez de Mompo. Después de que perdimos la tutela, el 14 de julio de 2009 la policía nos desalojó. Nos refugiamos en unos cambuches y pedimos ayuda humanitaria.¹¹⁵

Posteriormente, un fallo de la Corte Constitucional proferido en Mayo de 2011 ordenó al Ministerio de Agricultura reiniciar el proceso de extinción de dominio de los predios de Las Pavas, que las empresas palmicultoras habían logrado archivar en el Incoder, y aplicar la normatividad vigente favoreciendo a las comunidades desplazadas. Adicionalmente, la Corte señaló que las autoridades debían preservar el derecho de los campesinos a cultivar el predio, al menos hasta que concluyera el proceso de extinción de dominio que ordenó reanudar.

Sin embargo, las empresas palmicultoras y sus colaboradores no se quedaron de brazos cruzados. Consiguieron que una Fiscal Especializada de Cartagena, llamada Myrian Martínez Palomino emitiera en 2011 un publicitado fallo por medio del cual archivó una causa por desplazamiento forzado, interpuesta en 2009 por Pedro Moreno, uno de los

¹¹⁵ Verdadabierta.com (2 de Diciembre de 2011). Queremos que la Fiscalía nos escuche: víctima de Las Pavas. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de verdadabierta.com: <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/38-desplazados/3734-la-fiscalia-nos-puso-una-lapida-en-el-pecho-eliud-alvear/>

miembros de Asocab, quien con el correr de los días comenzó a laborar para los palmicultores. El fallo se sustentó en el testimonio de Moreno, quien se retractó ante un juzgado en Junio de 2011 – un mes después del fallo favorable de la Corte Constitucional - de la denuncia por desplazamiento que había hecho en nombre de la comunidad afectada por hechos ocurridos el 14 de julio de 2009, durante un intento de desalojo instigado por los palmicultores con el apoyo de un Inspector de Policía de El Peñón, Bolívar, asegurando que había mentido “por miedo”, y que en las Pavas no había tenido lugar un desplazamiento.

La mencionada Fiscal Especializada, quien no tuvo en cuenta los hechos de desplazamiento acaecidos en 2003 y 2006 para emitir su fallo, habló en voz alta de “falsas denuncias de desplazamiento”, “falsos desplazados”, y adicionalmente ordenó investigar a varios líderes campesinos por supuestos vínculos con la guerrilla, así como a un intelectual conocido como “Francisco”, o “Pacho”, asesor de los campesinos de Las Pavas, que sin duda estaba involucrado en actividades subversivas.... Se trataba nada más y nada menos, que del padre Francisco de Roux, provincial de la Compañía de Jesús en Colombia.

En un principio, el fallo de la Fiscal Especializada de Cartagena tuvo amplia resonancia mediática; la entonces Fiscal General Viviane Morales en un primer momento respaldó la decisión y amplificó el impacto del fallo; los términos “falsos desplazados”, “falsas víctimas”, pasaron de boca en boca, y la legitimidad ganada por las víctimas del desplazamiento forzado para reclamar sus derechos frente al Estado y la sociedad, fue colocada en entredicho.

Empero, los pronunciamientos de organismos de Derechos Humanos en el país y en el exterior, cuestionando la legalidad y los alcances del fallo, así como el testimonio del padre Francisco de Roux y de los directivos de la Clínica de Juristas de la Universidad Javeriana, persuadieron a la Fiscal Morales de aceptar la propuesta de los campesinos de Asocab de viajar a la zona y escucharlos personalmente; al cabo de este encuentro, Morales decidió iniciar una amplia investigación sobre los antecedentes del caso Las Pavas, que tuviera en cuenta no solo los episodios de 2009- como hizo la Fiscal de Cartagena- sino episodios anteriores como los sucesos de 2003 y 2006, a fin de recopilar elementos de juicio suficientes.

Así las cosas, el conflicto en torno a la propiedad de la tierra en Las Pavas, junto a otros casos similares en el país, se ha constituido en un caso emblemático en el que está en juego la política de apoyo a las víctimas y de restitución de tierras del gobierno Santos, la

cual enfrenta una rabiosa oposición de los sectores de ultraderecha y de quienes se apropiaron mediante la violencia y maniobras jurídicas de las mismas.

Con la descripción de los mencionados antecedentes, es posible leer de nuevo el comentario del usuario *Calydoscopio* y ampliar la comprensión de su discurso, así como de sus “verdaderas intenciones”.

No sorprende, entonces, el fluido acuerdo entre el usuario y el columnista José Obdulio Gaviria, una de las voces de las tendencias políticas de ultraderecha en el país. Tampoco sorprende que inicie su comentario con un ataque personal a varios personajes que han sido claves en la solidaridad y el apoyo social, judicial y político a la comunidad campesina: los padres jesuitas Giraldo y De Roux y el senador Cepeda. La circunstancia de que el usuario no presente ninguna prueba de las temerarias acusaciones que lanza contra estos, es apenas lo acostumbrado en este tipo de discurso calumnioso e injurioso, muy propio de la cultura política autoritaria.

Mediante juegos y hábiles malabarismos en el lenguaje, el usuario *Calydoscopio* intenta convertir a los hacendados que han exhibido títulos de propiedad sobre Las Pavas en “desplazados”, esto es, en “víctimas”, y por esta vía, procura desconocer y deslegitimar la condición de víctimas efectivas y el desplazamiento en varias ocasiones de 123 familias campesinas, las cuales ni siquiera merecen una sola mención en este comentario, solo figuran los campesinos en forma indirecta como “instrumentos dóciles” de las Farc.

En el comentario de *Calydoscopio*, los dueños se engalanan con el calificativo de “legítimos”; la propiedad de la tierra, solo pudo haber sido “legítimamente adquirida”. Y el Ministro Juan Camilo Restrepo, de origen conservador, aunque reconocido antiuribista, queda convertido en “idiota útil” del senador de izquierda Iván Cepeda y “su ralea”.

El usuario se presenta a sí mismo, vagamente, como parte de los “moradores del Magdalena Medio”, y aunque habla en tercera persona de los “legítimos dueños” de Las Pavas, no es claro- o más bien oculta- su verdadera participación o rol en este entramado. Pero no deja de hablar desde un cierto *Ethos colectivo*, formado por los “dueños legítimos” de tierras en el Magdalena Medio, supuestamente amenazados y hostigados por una tenebrosa alianza de guerrillas, curas jesuitas, parlamentarios de izquierda y Ministros proclives a ellos. De este modo, el usuario se apoya en uno de los argumentos predilectos del Uribismo: el *argumento del complot* y de la conspiración.

Al tener en cuenta los anteriores datos tomados de los antecedentes y del contexto que rodean el conflicto en torno a la propiedad de la hacienda Las Pavas, se advierte el despliegue de una operación retórica (tanto en el plano judicial como en el periodístico, y aún en el plano político) para presentar a los grandes hacendados como “víctimas” y para desconocer el desplazamiento forzado de 123 familias campesinas y sus derechos sobre las tierras que cultivan hace más de una década. Un procedimiento retórico de autolegitimación de un “nosotros” compuesto por “propietarios legítimos”, supuestamente perseguidos y vulnerados en sus derechos como propietarios rurales (ahora cultivan la palma africana). Es un ejercicio retórico de *manipulación*, el mismo que le sirvió a la Jueza especializada de Cartagena para asegurar que este era un caso de “falsas víctimas” y “falso desplazamiento”.

En el discurso de *Calydoscopio* se advierte de qué manera el *Ethos* que proyecta el usuario en el interior del foro puede ser una impostura debidamente calculada con fines de legitimación social. Adoptar el papel de “víctimas” de los desmanes de la insurgencia para justificar políticas de tierra arrasada y violencia indiscriminada, que encubren los proyectos de enriquecimiento por la vía del narcotráfico y la captura del Estado por intereses mafiosos, es uno de los argumentos más comunes de la ultraderecha en Colombia. Ello también les resulta útil para saldar cuentas con los sectores sociales que los interpelan y defienden sus derechos: campesinos pequeños y medios, trabajadores, movimientos sociales organizados, etc.

Acá se discuten tanto la existencia o no de los hechos como la calificación de los mismos. ¿Tuvieron o no lugar los hechos denunciados por los campesinos? ¿Hubo abandono de la propiedad por el señor Escobar durante varios años? ¿Hubo episodios de desplazamiento de los campesinos por amenazas de los paramilitares? ¿Los campesinos cultivaron durante años los predios de Las Pavas? En los anteriores hechos se fundamenta la demanda de extinción de dominio y el reclamo de titulación de las tierras por parte de los campesinos asociados en Asocab. Gran parte de esta *disputa por los hechos*, tiene lugar en el ámbito de las instancias judiciales, y, por lo tanto, del discurso judicial o forense.

La calificación de los hechos da lugar a nuevas preguntas y desencuentros: ¿Tuvo lugar o no un proceso de desplazamiento de familias campesinas? ¿La ocupación de los campesinos del predio de Las Pavas obedeció a órdenes de las Farc o fue una iniciativa propia en respuesta a su necesidad de tierras para cultivar? ¿Quiénes son las víctimas y quiénes los victimarios?

Un abismo social separa a las 123 familias campesinas y a los individuos y empresas que reclaman para sí los títulos de propiedad de la hacienda Las Pavas. Hasta ahora ha sido un abismo insuperable, que sólo se podría dirimir en el plano de la lucha social, política y judicial. El desenlace de este conflicto social dependerá de qué actores movilicen más fuerzas sociales y políticas en su apoyo, más solidaridad, qué actores consigan mayor legitimidad. Y esa disputa tendrá que zanjarla, en algún momento, el Estado, tomando decisiones de obligatorio cumplimiento para las partes y disponiendo los recursos necesarios para hacerlas respetar.

Como se advierte en el análisis de los anteriores casos, el *ethos* del orador no corresponde estrictamente al “yo” del sujeto, es una imagen proyectada de este por medio del discurso. En algunos foros emerge un *ethos colectivo*, por ejemplo, cuando el usuario se reclama parte constitutiva de ese movimiento estudiantil de 2011 contra la reforma a la Ley 30; allí emerge un *nosotros*, una voz plural que es la voz de un sujeto político y social en pie de lucha.

En el caso analizado del conflicto de tierras en Las Pavas, detrás de la expresión genérica los “moradores del Magdalena Medio”, que se presenta también como un *ethos colectivo*, se podría camuflar el interés de un propietario de grandes extensiones de tierras, que se presenta retóricamente como víctima de la doble coacción de la guerrilla y del Estado. Es un yo agazapado y carente de sinceridad, una ficción del yo empírico que es un puro intento de legitimación discursiva.

Lo que el individuo sostiene en el ciberespacio, lo compromete socialmente. Tomar partido en un asunto litigioso, en una disputa argumentativa, dice o habla de quién es el sujeto: su posicionamiento ideológico, valores, opiniones, cultura, etc. No es que solo la auto representación textual que se haga de sí mismo en la red interviene en la conformación del *ethos* individual (los datos que el individuo ofrece en su perfil en las redes sociales, o las referencias autobiográficas en sus propios textos), sino que sus frecuentes tomas de posición lo van definiendo ante los demás como alguien de tales o cuales opiniones, sentires, saberes, prejuicios, valores.

¿Apoya o condena a la ex senadora Piedad Córdoba? ¿Está a favor de la solución negociada del conflicto armado o apoya la guerra sin fin al estilo uribista? ¿Está a favor o en contra de la despenalización del aborto? ¿Se escandaliza por la propuesta de matrimonio entre homosexuales o la considera plausible? Opinar en público en contextos de intensa

polarización política es, en cierto modo, “lanzarse de la moto”, definirse, optar entre alternativas incompatibles.

4.2 El *Phatos* o la retórica de los afectos

4.2.1 Aspectos teóricos

Aristóteles (2007, p.155,157) puntualizó que la retórica tiene por objeto la formación de los juicios por parte del oyente; el *phatos* interviene en este proceso alterando o modificando los juicios sobre los hechos o las personas, “pues las cosas no son, desde luego, iguales para el que siente amistad, que para el que experimenta odio, ni para el que está airado que para el que tiene calma, sino que o son por completo distintas o bien difieren en magnitud.”

De este modo, el *Estagirita* vinculó el *phatos* con el proceso de la cognición, en tanto participa de un modo específico en la elaboración de los juicios. “(...) Las pasiones son, ciertamente, las causantes de que los hombres se hagan volubles y cambien en lo relativo a sus juicios, en cuanto que de ellas se siguen pesar y placer” (Aristóteles, 2007, p. 158,159). Como lo puntualiza Racionero¹¹⁶, el *phatos* no es un elemento externo a la racionalidad (*logos*) que coadyuva a darle fuerza a los argumentos -según el enfoque tradicional -; los *enunciados afectivos* participan en igualdad de condiciones con los demás enunciados en la construcción del argumento, del juicio persuasivo.

La inclusión de esta *retórica de los afectos* o de las pasiones en el conjunto de la Retórica aristotélica, representó un paso adelante decisivo que le permitió al *Estagirita* sobreponerse al enfoque dicotómico legado por Platón- en su crítica feroz a los sofistas-, según el cual la razón es lo opuesto o lo contrario de la pasión. Más allá de los límites de esa dicotomía absoluta y restrictiva, Aristóteles le concedió un lugar en su retórica a los *enunciados afectivos* que tienen su fuente en el *phatos*.

Según Plantin (Plantin, 2010), al reconstruir una Teoría de la Argumentación basada ante todo en el *logos*, Perelman desestimó o minimizó el papel del *phatos* en la retórica. En este sentido, preconizó una retórica sin emociones, lo cual es un contrasentido.

¹¹⁶ Quintín Racionero es el autor de la introducción, la traducción al castellano y las notas de la edición de la *Retórica* de Aristóteles realizada por Gredos en 2007.

Su discípulo Meyer (2004) propuso colocar en un pie de igualdad el *logos*, el *ethos* y el *phatos*, revalorizando estos elementos de la retórica como un conjunto interdependiente, so pena de “recaer en una concepción que excluya las dimensiones constitutivas”.

Con el *ethos*, el *phatos* y el *logos* se colman los tres problemas últimos e inseparables que plantea el hombre desde siempre: el uno mismo con el *ethos*, el mundo con el *logos* y el otro con el *phatos*. Con la retórica el uno mismo, el otro y el mundo se implican en una interrogación donde el Otro es solicitado como auditorio, como juez y como interlocutor, puesto que es sometido a responder y a negociar.

Según Meyer, el *phatos proyectivo* es la imagen del auditorio en la mente del orador; es una suerte de desdoblamiento de este, si bien de carácter imaginario (nace en el espíritu del orador). Por su parte, el *phatos efectivo* se forma en el auditorio real, el que escucha efectivamente. Es el auditorio en la acción real. Hay una diferencia efectiva con el orador, el auditorio busca una respuesta a sus propias cuestiones, es movido por emociones y creencias propias. El ajuste entre ambos *phatos*, cuando se logra, se constituye en una toma de conciencia de la diferencia que los separa. Si el desajuste permanece surgen los malentendidos.

Adicionalmente, Meyer vinculó los valores a la cuestión del *phatos*, junto a las pasiones y los sentimientos: “el *pathos*, en su realidad efectiva, funciona conforme a la identificación con los valores positivos y rechaza los que son considerados negativamente.” Los valores habían sido analizados por Perelman y Olbrechts (1989, p. 131-135) como uno de los objetos de acuerdo del discurso, al lado de las verdades y las presunciones. Y habían sido definidos como un tipo de premisas que solo eran válidas para auditorios particulares, pero no lo eran para el Auditorio Universal. Asimismo, los autores referidos consideraron que los valores se dividían en positivos y negativos, y que eran susceptibles de una jerarquización según la importancia que se les concedía en determinados medios culturales.

Por su parte, Patrick Charaudeau (2011, p.101) señaló que “las emociones son de orden *intencional*, están ligadas a los *saberes de creencia* y se inscriben en una problemática de la *representación* psicosocial.” Charaudeau estudia las emociones en tanto efectos de discurso y examina la puesta en escena de las emociones en el discurso.

A partir de los planteos sociológicos de Mauss y Durkheim, Charaudeau (2011, p. 99) vincula las emociones a la esfera de la racionalidad, en tanto signos de reconocimiento para los miembros de un grupo, los cuales “descansan sobre un juicio colectivo que instituye una especie de regla moral”, cuyo infracción conlleva una sanción social.

Según Charaudeau (2011, p.107), las representaciones emocionales deben considerarse desde el interior de saberes de creencia.

Se puede hablar de saberes de creencia cuando las representaciones implican al sujeto, lo comprometen a tomar partido respecto de los valores, por oposición a los saberes de conocimiento que le son exteriores, que no le pertenecen, que se desplazan hacia él y no lo involucran (...).

En resumidas cuentas:

“... Las emociones pertenecen a un “estado mental intencional” de tipo racional, dado que apuntan hacia un objeto que es figurado por un sujeto que tiene una visión del mundo, que juzga ese mundo por medio de valores que constituyen un consenso social, constituyen saberes de creencia en imaginarios sociodiscursivos que sirven como soporte disparador de un cierto estado cualitativo del sujeto y de una reacción en su comportamiento” (Charaudeau, 2011, p.107,108).

Finalmente, según Michelli (2011, p. 143) “las pasiones en ocasiones pueden ser vistas como los objetos de la argumentación”, y no solo como ayudantes externos a la misma. “En tales casos, los oradores no “apelan” tanto a las emociones sino más bien formulan los motivos por los que sienten (o no sienten) una emoción particular y por qué esta emoción particular debería (o no debería) ser legítimamente experimentada”.

4.2.2 Tipología de las emociones

4.2.2.1 Indignación y compasión. Para *El Estagirita* “...tan adecuado es entristecerse y sentir compasión por los que sufren un mal sin merecerlo, como indignarse contra los que son inmerecidamente felices. Porque es injusto lo que tiene lugar contra lo merecido; y esta es la causa por la que incluso a los dioses atribuimos indignación (Aristóteles, 2007, p. 202).”

Es propio de los hombres honrados sentir pesar y turbación por causa de quien aparece disfrutando o haciendo alarde de un éxito que no es el resultado de sus esfuerzos y virtudes personales, así como también es motivo de indignación que un hombre bueno no obtenga lo que le corresponde por sus méritos y actos virtuosos. La *indignación* se diferencia de la *envidia*, que “es ciertamente un pesar perturbador y que concierne al éxito, pero no del que no lo merece, sino del que es nuestro igual o semejante” (Aristóteles, 2007, p.206).

En nuestros días, la indignación ha servido de *phatos* articulador de un movimiento ciudadano de protesta, que originariamente se expresó en la Plaza del Sol de Madrid en 2011, y más tarde se hizo sentir en el movimiento *Ocuppy Wall Street* que estremeció a uno de los epicentros financieros más importantes de los EE.UU. Tanto los *Indignados* españoles como los norteamericanos, denuncian los privilegios desmedidos y los abusos del capital financiero, así como la subordinación efectiva de los partidos políticos hegemónicos y de los Estados a los intereses de la plutocracia en cada uno de sus países.

En Colombia, el movimiento estudiantil universitario contra el proyecto de reforma a la Ley 30, que tuvo lugar en 2011, así como el descontento de la ciudadanía con la aprobación por parte del Congreso en 2012 de una Reforma a la Justicia¹¹⁷ que favorecía la impunidad para los delitos cometidos por los propios congresistas, fueron asociados por algunos analistas con las ondas expansivas del movimiento mundial de los *Indignados*.

Empero, usuarios como *leftright* en uno de los foros del columnista Alfredo Molano, a partir de una columna suya sobre el movimiento estudiantil, planteó una disputa acerca de si era o no legítima la referida asociación, en los siguientes términos: “Está bien que los estudiantes y profesores protesten, NO MARCHEN y menos por las calles obstaculizando las pocas que hay, MENOS con sus ejércitos de terroristas. LOS UNICOS INDIGNADOS SON SUS VICTIMAS...”

¹¹⁷ Ante el fuerte movimiento de rechazo que expresó la ciudadanía a través de los medios y en las redes sociales, el Presidente Santos dio marcha atrás y llamó al Congreso a sesiones extraordinarias para hundir la reforma que ya había sido aprobada por este en sesiones ordinarias.

El siguiente comentario del usuario *andaje*, en uno de los foros del columnista Alejandro Gaviria, reúne en tono polémico un inventario de iniquidades e injusticias que afectan al pueblo colombiano que, según el usuario, “siempre paga los platos rotos”.

Es increíble que ud no sepa quien es el que siempre paga los platos rotos, en colombia, pocos quieren gastar mucho y muchos no tienen nada que gastar, la corrupcion y la voracidad de algunos que se creen con sngre azul es la que tienen jodida a Colombia, los dineros pagados por los pobres se los roban los contratistas apoyados por algunos funcionarios publicos que solo les interesa robar, los entes de control solo son para el que no paga, los altos funcionarios y senadores solo defienden las multinacionales sque vienen y hacen lo que les da la gana y de paso son custodiadas por policias y soldados.(Andaje, 11-13-2011, *elespectador.com*)

Por su parte, el usuario *pelanga* le reclama al columnista en el mismo foro no haber escrito nada acerca de los “los lujos excéntricos de la oligarquía bancaria” en Colombia. Y el usuario *AAR*, asegura que Gaviria “no sabe dónde está parado”, pues en su opinión ignora la realidad socioeconómica de las mayorías del país.

(...) ¿Cómo este columnista dice semejantes barbaridades? ¿El ingreso va en aumento? ¿Progreso? Somos el tercer país más desigual del mundo, con el peor índice Gini de la región; la pobreza ronda a cerca del 50% de la población, los accesos de las mayorías a salud y educación son bajos. (...) Hay que ser dignos economista Gaviria, la dignidad no se mendiga, los derechos a una vida buena toca pelearlos, porque gracias a economistas como Usted y muchos otros, existe la idea falsa de que estamos muy bien. El Estado debe garantizar cosas y si no lo hace hay que exigirselo, Usted no sabe dónde está parado (...) (AAR, 11-13-2011, *elespectador.com*)

En el anterior comentario se exponen premisas referidas a la injusticia social que se sostienen en datos precisos (*logos*); cuestionamientos al *ethos* del columnista y una construcción discursiva del *ethos del usuario/autor*- por contraste con el del primero-, basada en una cierta erudición y en gestos que denotan sensibilidad social, así como apego a valores de dignidad y de lucha por lo que se considera justo. Todo lo anterior está bañado en un sentimiento de indignación que se reclama sincero.

La sola mención de los datos que ofrece el usuario *positivo falso* en uno de los foros del columnista Alfredo Molano, acerca del contraste entre los salarios de policías y educadores, debería despertar en el lector que está situado en ese contexto un sentimiento de tristeza y, sobre todo, de repudio por la inequidad de esta situación.

Un policia se gana 2 millones mensuales, un licenciado recién egresado: 1 millon de pesos si lo emplea el gobierno. si lo emplea un colegio privado: 600000 . Que tristeza, dentro de poco nadie querra ser docente, paga más la guerra (positivo falso,10-16-2011, *elespectador.com*)

En el lenguaje y el *phatos* de los lectores/usuarios citados más arriba, es posible advertir algunas de los lugares o tópicos distintivos de la cultura política de la protesta y la resistencia en Colombia: la denuncia acerca de la muy desigual distribución del ingreso en el país, así como la actitud de promover la lucha colectiva frente al Estado en procura de aquellos objetivos que se proclaman como derechos inalienables de los ciudadanos.

Compasión

En uno de los foros del columnista Daniel Coronell, la usuaria *Luz velez* se ocupa del *phatos* de la compasión, al evaluar las reacciones de la exsenadora Piedad Córdoba ante la muerte en un operativo del ejército de Alfonso Cano, comandante de las Farc.

Pero duele mas la prensa de parte de una persona como la amiga de Reyes, la amiga de el mono Jojoy, la que hace luto por la muerte de quienes nos han destruido, A Piedad Cordoba Colombia en su generalidad reconoce amiga y complice de terroristas,..hay pruebas contundentes pero la defienden con el silencio.

(Luz velez, 24-09-2011, *semana.com*)

Piedad Córdoba es descrita en el anterior comentario como “la que hace luto por la muerte de quienes nos han destruido”; según la usuaria, el *phatos* de la compasión por la muerte del jefe de las Farc, sería un sentimiento que desafía el orden establecido. No puede uno compadecerse de la mala suerte o fortuna de los enemigos, sino alegrarse, según el dictado de la norma social instituida que se encargan de recordar algunos usuarios. En contraste, la ex senadora Nancy Gutiérrez sí sería merecedora de toda la compasión de los lectores, pues ha sido “atacada injustamente”.

(...) Como duele ver a una excelente senadora como lo fue Nancy Gutierrez, atacada injustamente, Eso es percibir con angustia, que en Colombia, una

amiga de terroristas no puede ser en el Senado acusada , buscando pruebas porque es un delito ,un crimen...la envian a la carcel..y entre tanto la muerte con su guadaña destructora, sigue su triunfo destrozando hogares,vidas,comunidad? (Luz velez,24-09-2011, *semana.com*)

Nancy Gutiérrez, quien formó parte de la coalición oficialista en el Congreso durante el mandato de Uribe Vélez, afronta un proceso penal ante la Corte Suprema de Justicia bajo el cargo de haber utilizado información reservada del DAS sobre la ex senadora Córdoba en un debate político que le organizó en el parlamento por supuestamente haber faltado a sus deberes y obligaciones como congresista.

El argumento *ad misericordian* también se invoca a menudo por los usuarios defensores del expresidente Uribe, como en el siguiente ejemplo:

Uribe libro a Colombia de muchos muertos y del secuestros, el unico que enfrento a las AUC.dicen que la seguridad no es importante y todavia lo culpan de paramilitar,persiguen a los uribistas (...) Uribe despues de semejante gobierno de exitos y de trabajo que cambio a Colombia,perseguido y arrinconado,los militares con mas condenas que los del terrorismo... (Berta Saavedra, 12-11-2011, *semana.com*).

La usuaria enfatiza en el valor político de la seguridad, y a partir del examen del contexto podríamos inferir por nuestra cuenta que para ella este valor estaría en una jerarquía muy superior, por encima de otros valores como el derecho a la vida, a la privacidad, como la garantía de las libertades políticas y de expresión para la oposición, cuya vulneración durante el mandato de Uribe Vélez dio lugar a múltiples investigaciones penales y disciplinarias a funcionarios del entorno del ex presidente.

4.2.2.2 Dios no necesita amigos. Si el amor es “la voluntad de querer para alguien lo que se piensa que es bueno- por causa suya y no de uno mismo-, así como de ponerlo en práctica hasta donde alcance la capacidad para ello”, el amigo es “quien se alegra con los bienes de uno y se entristece con sus penas, no por ninguna otra razón sino por uno mismo” (Aristóteles, 2007, p. 172,173).

Solo aquellos que nos inspiran confianza son susceptibles de ser amados, pues “nadie ama a aquel que teme” (Aristóteles, 2007, p.177).

En ese orden de ideas, según el *Estagirita*, “Dios no necesita amigos...”, pues la amistad es un *phatos* propio de los seres humanos, que en la búsqueda y el disfrute del bien no podemos prescindir de la interrelación con otro ser humano, mientras que para Dios, “él mismo es su propio bien” (*Et.Eud.*, VII 12, 12456 14-19).

En el polo contrario de la amistad y el amor (*philia*), se sitúan la enemistad (*échthra*) y el odio (*mîso*), a los cuales se llega por el camino de la ira, la vejación y la sospecha. Una suerte de empatía y atracción irresistibles nos acercan “(...) a los que tienen los mismos *enemigos* que nosotros, a los que odian a quienes nosotros odiamos y a los que son odiados por los que a nosotros nos odian”, pues ellos parecen tener por bienes las mismas cosas que nosotros. (Aristóteles, 2007, p.174-175). Si por la enemistad nos complace que el otro sufra males y padecimientos, “por el odio, se pretende que el otro no exista” (Aristóteles, 2007,p.179).

Las anteriores reflexiones de Aristóteles se actualizan y resuenan en nuestros días, cuando examinamos los perfiles de los usuarios en las redes sociales, en los que el sujeto a menudo pergeña sus identidades con base en la *philia* y el *mîso* que lo habitan. En la red social Twitter en Colombia, no es extraño que un usuario explicita en su breve perfil su postura contraria a un líder o a una corriente política particular, a la manera de una inconfundible seña de identidad. Como en las tensiones de fuerzas opuestas de un campo gravitacional, al parecer definimos y reajustamos nuestro *self* no solo por lo que nos atrae sino por aquello que nos repele; cuentan las simpatías no menos que las reluctancias.

En el foro de la columna de Cecilia Orozco en el *espectador.com* correspondiente al 25 de octubre de 2011, el usuario *juanbetar* asegura que la referida columnista “tiene un odio personal e irracional contra Gustavo Petro (...) Muchas de sus columnas son prueba de este odio personal (...) son un desahogo de rabia contra Petro”. De este modo, *juanbetar* aspira a descalificar las opiniones de la columnista sobre el entonces aspirante a la Alcaldía de Bogotá, pues estarían fundadas en el *phatos* del odio y no en la racionalidad (*logos*). “Te has jugado toda tu credibilidad como columnista por arremeter contra Petro, por desinformar sobre este gran líder”, sostiene el usuario, y concluye: “El odio hacia Petro no te deja elucubrar acertadamente. Todo lo tuyo son sandeces...”.

Empero, cuando al comienzo del comentario el usuario moteja a Cecilia Orozco como “perra”, muestra que él mismo está habitado por el *phatos* del desprecio; entonces, tenemos el

derecho a preguntarle si -a partir de sus propias premisas- este gesto invalidaría de plano su propio argumento en contra de Orozco.

En la anterior argumentación, aparece el *phatos* como lo inadecuado, lo impropio, lo opuesto a la razón. En ello coincide otro usuario del mismo foro, quien sostiene: “Tus odios contra Petro sólo son superados por los del terrateniente de Sucre: el presidiario Gordo García...” (Dalpin, 25-10-2011, *elespectador.com*). Para Dalpin, la crítica de la columnista a Petro solo puede estar inspirada en el odio- no es una crítica basada en hechos ni por lo tanto razonable-, y el compartir este *phatos* con otros enemigos de Petro, en especial quienes lo atacan desde la derecha como José Obdulio Gaviria y el exparlamentario Alvaro “el Gordo” García”¹¹⁸, la emparenta con ellos: ... “te conviertes en discípulo de...José Obdulio”.

Todos los agentes que comparten un *phatos* de enemistad hacia Petro, según el argumento de este usuario, se igualan entre sí. Curiosa cualidad homogenizadora del *phatos*, que lo asemejaría a un caldero en el que todo se revuelve y se mezcla, donde toda *diferencia* es, por así decirlo, licuada, triturada, hecha polvo.

En los comentarios referidos, se parte entonces de la supuesta dicotomía razón/pasión, que parece ser un lugar común en algunas vertientes de nuestras culturas políticas. No está de más subrayar que no pocos de aquellos que desacreditan los argumentos por la detección en ellos de algún tipo de pasión o de sentimiento exaltado, utilizan los enunciados emocionales como fuente de sus propias argumentaciones, con lo cual puede decirse de ellos que “predican pero no aplican.”

Es lo que sucede con la usuaria *Luz Velez*, quien después de proferir duros ataques contra la ex senadora Piedad Córdoba, a quien tildó de “amiga y cómplice de terroristas”, se siente autorizada para decir: “...cuando llegara la hora que se llame a lo blanco, blanco, a lo negro negro, y no vivamos de mentiras, de engaños de emocionalidad, que por odios, ataca,

¹¹⁸ Según el portal *Verdadabierta.com*, la Corte Suprema de Justicia condenó a 40 años de cárcel al ex congresista por el departamento de Sucre Alvaro “el Gordo” García Romero a quien consideró como el autor intelectual de la masacre que cometieron los paramilitares el 16 de octubre del 2000, en la que asesinaron a 15 campesinos en Macayepo, Sucre. También por concierto para delinquir con los ‘paras’ y peculado. Ver: <http://www.verdadabierta.com/nunca-mas/2229-condenan-a-40-anos-a-alvaro-el-gordo-garcia> (recuperado el 22 de octubre de 2012)

que por odios persigue, que por odios mata como matan al quitar la honra?” (Luz velez, 24-09-2011, *semana.com*).

4.2.2.3 Un retrato del “Señor del Miedo”. En la versión de Homero, el Miedo (*Phóbos*) es hermano del Terror (*Deimos*) y compañero de la Huida (*Phigé*)¹¹⁹. A los anteriores se opone la valentía del héroe, el cual encarna la esperanza individual y colectiva de poder sujetar y vencer a las fuerzas temibles que nos atenazan. Pues el miedo “es un cierto pesar o turbación, nacidos de la imagen de que es inminente un mal destructivo o penoso” (Aristóteles, 2007, p.179). Para sentirse atemorizado, puntualiza el *Estagirita* “es (...) preciso que aún se tenga alguna esperanza de salvación por la que luchar. Y un signo de ello es que el temor hace que deliberemos, mientras que nadie delibera sobre cosas desesperadas” (Aristóteles, 2007, p.182,183).

Así las cosas, el temor puede desatar la deliberación entre los ciudadanos y favorecer en determinados contextos la emergencia de individuos o colectivos que se atribuyen a sí mismos la capacidad de devolver la confianza perdida a la comunidad. La *confianza* es justamente la pasión opuesta al *miedo*, y se aclimata cuando las personas no reconocen en su entorno fuerzas que tengan un gran poder de destrucción que puedan ser la causa de daños irreparables en sus vidas.

La política colombiana durante el mandato de Alvaro Uribe Vélez (2002-2010), estuvo regida por el *phatos* del miedo, el cual fue el centro de toda su acción política y de su programa de Seguridad Democrática. El fracaso de las conversaciones de paz en El Caguán entre el gobierno de Andrés Pastrana y la guerrilla de las Farc (1999-2002), en medio de una ascendente ofensiva militar de los insurgentes que afectó severamente a la sociedad civil- no solo a los grandes propietarios rurales si no a las gentes del común-, además de la consolidación de grupos paramilitares de extrema derecha que sembraron el terror en extensas zonas rurales, fueron el caldo de cultivo para la aparición de políticas centradas en el sometimiento armado de los grupos insurgentes y la recuperación de la *seguridad* como valor central de la convivencia política, por encima de otros valores como la libertad, el respeto o la justicia. Los anteriores factores de orden interno se articularon con otro de alcance global: la prioridad que el gobierno de EE.UU le otorgó a la llamada “guerra contra el terrorismo”, luego del atentado contra las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001.

¹¹⁹ Según lo precisa Quintín Racionero en las eruditas notas de su traducción de la *Retórica* de Aristóteles editadas por Gredos.

Si el miedo- como anota con agudeza el *Estagirita*- no es posible sino cuando persevera en la gente que lo padece un residuo o aliento de esperanza en la posibilidad de redención del mal, de ese peligro inminente que se cierne sobre la comunidad, surge entonces como reverso o contracara del temor la posibilidad política de construcción de la figura del héroe valeroso, dispuesto a ponerle el pecho a todo lo temible, y que según los rasgos propios de la cultura política tradicional colombiana pudo revestirse de las características del salvador mesiánico.

Uribe Vélez se autoproclamó como el hombre elegido para encarnar esta esperanza, por encima de los timoratos, los blandengues y los acobardados. El diario *El Tiempo* – por medio de un artículo editorial- lo llamó en un momento de su mandato “el imprescindible”. Con la colaboración activa de los principales medios de comunicación del país subyugados por su “embrujo autoritario”, se avanzó en la construcción de una narrativa que le diera alimento a ese *ethos* de heroicidad, valentía y autoridad en las mentes de los ciudadanos. En primer lugar, se identificó a Uribe como una víctima de los desmanes de la guerrilla, con base en la versión del asesinato de su padre a manos de las Farc durante un fallido intento de secuestro. El joven político antioqueño se habría llenado entonces de firmes motivos personales para enfrentar y someter a los insurrectos, que tras el derribo de las torres gemelas en Nueva York ya no podrían tener otro nombre que el de “terroristas de las far...”.

Su política de apoyo irrestricto a las llamadas Convivir – unas cooperativas de seguridad formadas por civiles armados con el aval del Estado y sus fuerzas armadas- durante su gestión como Gobernador de Antioquia, las cuales fueron cooptadas rápidamente por los grupos paramilitares ilegales en rápido crecimiento, le dieron una reputación de gobernante de “mano dura”. Las incongruencias y el estrepitoso fracaso final de la apuesta de paz con la cual resultó electo a la presidencia Andrés Pastrana Arango, y la incertidumbre que en esa coyuntura se apoderó de la llamada opinión pública, llevaron agua al molino de una candidatura que se forjó al margen de los partidos políticos tradicionales, aunque con el apoyo resuelto del Partido Conservador, y de una parte significativa de los políticos liberales que le dieron la espalda al candidato oficial de su partido, el ex ministro Horacio Serpa, y se unieron al carro de la victoria del candidato de la “Seguridad Democrática”.

Unos cuantos “atentados” contra la vida de Uribe durante la campaña electoral de 2002, de los cuales salió ileso y más “cargado de tigre” que antes, le dieron verosimilitud y consistencia a su imagen de “hombre predestinado” y de líder inmune al miedo, que quizá

gozara de la efectiva protección del Ser Supremo. La circunstancia notable de que al menos uno de esos “atentados”- como luego lo comprobaron exhaustivamente los jueces- hubiera sido un montaje publicitario organizado por el director del DAS en Barranquilla con el fin de favorecer la imagen del candidato Uribe Vélez y sus guarismos en las encuestas, no tuvo mayor despliegue informativo en los noticieros de radio y televisión y pasó relativamente inadvertida para las gentes del común.

Entre tanto, el brioso candidato recorría incansablemente el país y reforzaba con su discurso el *ethos* de valentía que se proponía sembrar entre los electores. Cuando yo nací, mi padre me quitó el piñón de reversa, dijo alguna vez en una ciudad de provincia, utilizando una figura muy cercana a la imaginaria popular. En 2010, al final de su segundo mandato, en un duro encuentro con intelectuales y académicos que lo cuestionaban en la Universidad Externado de Colombia, dijo que él “no tenía rabo de paja” y por eso se podía acercar tranquilo a la candela, a propósito de su responsabilidad en el nombramiento como director del DAS de Jorge Noguera, quien luego de un largo juicio fue condenado por la Corte Suprema de Justicia a una larga pena de cárcel por utilizar el alto cargo para beneficiar a los jefes paramilitares, en especial a alias Jorge 40 y Hernán Giraldo, y participar en violaciones a los derechos humanos de sindicalistas e intelectuales de la región de la costa norte del país.

Y a quienes le enrostraban sus ahora documentadas alianzas electorales con los paramilitares en 2002 y 2006, Uribe Vélez les respondió iracundo que si él hubiera sido paramilitar, lo hubiera sido de fusil al hombro y no sentado en un escritorio, con lo cual terminó haciendo una exaltación indirecta de estos grupos ilegales que hicieron de la masacre de humildes campesinos una práctica cotidiana.

En su condición de ex presidente que, sin embargo, aún no se resigna a permanecer en los márgenes del poder, recientemente dijo ante un auditorio de estudiantes en Medellín que le había faltado tiempo durante su gobierno para meterse por la fuerza a Venezuela para capturar a líderes guerrilleros colombianos que se escondían en territorio del vecino país.

4.2.2.4 El temor a las gentes movilizadas en las calles. En el foro del columnista Alfredo Molano Bravo, el usuario *lefright*, censura a Molano por sus argumentos en apoyo del movimiento estudiantil universitario contra el proyecto de reforma de la Ley 30, en los siguientes términos:

El miliciano Dr bazuco si es muy chistoso, ahora viene a disculpar a los vandalos/terroristas, que arrasan como langostas todo a su paso, dejando no solo destruccion, muertos y heridos, SI NO DUDAS, porque protestan? nadie sabe a ciencia cierta cual es la causa especifica ... (lefright, 10-16-2011, *elespectador.com*)

Esos “vándalos/terroristas” que se expanden por las calles como una plaga de langostas, para *lefright* no son otros que los jóvenes universitarios que marcharon pacíficamente por las avenidas de la capital y de otras ciudades. Etiquetados de esa manera tan convencional por el usuario, deberían despertar temor y no simpatías entre los ciudadanos del común. Lo cual es un tópico recurrente de las ideologías conservadoras en todo el mundo, que desde las postrimerías del siglo XIX tematizaron los sentimientos de temor que suscitaban en una parte de la sociedad las demostraciones callejeras de los trabajadores movilizados en torno a banderas de justicia laboral o de repudio a la sociedad capitalista (Ortiz, 1998, p.71,72).

Pero en los hechos sucedió todo lo contrario y esa retórica del miedo fue superada por otra basada en la alegría, la creatividad y los gestos de convivencia como el llamado “abrazatón”, actos simbólicos mediante los cuales los estudiantes prodigaron abrazos a los miembros de la policía antimotines durante las marchas callejeras en Bogotá y otras capitales. ¡Sea varón!

Algunos jóvenes universitarios adscritos a la cultura política de la protesta y la resistencia, reaccionan ante las provocaciones de los *trolls* de ultraconservadores, con un *phatos* que si bien pretende ofrecer un mentís al sentimiento de miedo que buscan inocular por doquier los mencionados *trolls*, no puede ir más allá de los patrones reconocidos de la cultura machista y patriarcal de signo conservador. En el foro de lectores del columnista Alfredo Molano Bravo del 18 de octubre de 2011, un grupo de usuarios se entrelazó en una fuerte disputa con *Awuak*, otro usuario a quien sindicaron de ser agente provocador de las fuerzas de seguridad del Estado. Unos y otros protagonizaron un intercambio de insultos de grueso calibre, con todo tipo de expresiones soeces que aluden a la sexualidad, e incluyen retos, amenazas y mutuos desafíos¹²⁰.

Bla bla bla, awack usted parece un nido: sólo mierda y paja, amenaza a

¹²⁰ Al parecer, los moderadores del foro suprimieron los comentarios provocadores del usuario *Awack*, por lo que solo nos enteramos de su tono y temáticas por las reacciones de los otros usuarios que lo confrontan en el foro, como *aveoscura*.

los demás y cuando le sal alguien que no le come de jetón ahí sí sólo dice: su mamá esto, su mamá lo otro, usted es un hijueputa cobarde con presillas, por eso es que es tan márica y asustadizo como los perritos que les han dado palo y agachan las orejas...ppffffff cobarde mierda. Digno ejemplo del esmad (aveoscura, 16-10-2011, *espectador.com*)

Ante lo que parece ser un desafío o amenaza directo por parte de *Awack*, *aveoscura* le replica: “La dirección de qué montañero cabrón, diga donde nos vemos y lo atiendo, le pego una sonadita pa que afine”. En otro momento, *aveoscura* no encuentra un insulto más ofensivo que decirle: “Nena, si tiene miedo no vaya a llorar, vaya a y haga fila para que le den cucayo y después vaya y chúpele la pija a su primero....”. Como se advierte por las anteriores injurias, aún como expresión de un joven usuario que se reclama en abierto ejercicio de sus derechos a la protesta ciudadana, los recursos que acá se despliegan para hacer frente a las provocaciones de otros usuarios, se toman del repertorio de la cultura machista de signo autoritario: lo que cuenta es mostrar quién es el más varón, el más valiente, quien no es marica ni mujercita...

4.3 Actitudes de los lectores ante la diferencia de opinión, la violencia y el conflicto

Para el caso colombiano, las *actitudes* de los lectores/ciudadanos con respecto a cuestiones vitales como el conflicto social, político y armado, y por tanto con respecto a la violencia política, así como sus modos de valorar las diferencias de opinión que ponen de manifiesto otros ciudadanos o grupos sociales, y sus modos de reaccionar ante los desacuerdos, constituyen indicadores eficaces de las culturas políticas que alientan a los diversos agentes políticos y al común de las personas. En este orden de ideas, Lechner (1987) le ha concedido un lugar específico de importancia al examen de actitudes, valores y creencias en torno a lo político, como parte del estudio de las llamadas culturas(s) política(s). Asimismo, Alvarez, Dagnino, & Escobar (2001) han reivindicado las contiendas de los movimientos sociales latinoamericanos por dotar de nuevos significados a *nociones* claves de la política como democracia, ciudadanía, poder, derechos, etc.

4.3.1. Actitudes ante las diferencias de opinión

El usuario *juanyluna* se presenta como un analista *amateur* del discurso; desentraña desde su mirada particular la intencionalidad y la estrategia velada del discurso anticomunista de José Obdulio Gaviria: busca generar miedo y alarma en los lectores y esconder sus acciones ilegítimas.

Uuuuyy; que miedo con los comunistas. Tu compañero de al lado tiene cara de comunista. Denúncialo. El hijo de tu vecina escucha música rara. Debe ser comunista. Esos que se la pasan hablando de política social es por que son comunistas. Así es jog. Metámosle miedo a la gente que el comunismo nos va a invadir, para darle validas a nuestros atropellos y despropósitos neofasistas. Desprestigiemos a quienes nos atacan y así logramos darle valides a nuestras acciones oscuras. Sos todo un Goebels (juanyluna, 26-10-2011,*eltiempo.com*).

La escritura del anterior texto no es ajena a rasgos de invención, pues en una suerte de discurso semidirecto, esa aparente primera persona que sería la voz del propio Gaviria (también conocido por sus críticos por las iniciales de su nombre: *Jog*), pasa en el mismo párrafo a la tercera y luego a la segunda persona, mediante frases que toman distancia de ese narrador en primera persona, como: "Así es Jog....Sos todo un Goebels".

Estilo mafioso

"Dr. Londoño " cuando dejara de rumiar ud. su estirpe fascista y añorar el gobierno nefasto y mafioso de uribe , que tanto daño le hizo a la democracia de este pais. No entiende ud. que los colombianos nos hemos vuelto un poco cultos políticamente y ya no le jalamos a los discursos guerreristas a que nos tenían acostumbrados uds. los Capos de la Mafia disfrazados de Politicos que todo lo convierten en ajuste de cuentas cuando no se esta de acuerdo con su forma de pensar... (alaskamayo, 3-11-2011.*eltiempo.com*).

El usuario anteriormente citado describe los “discursos guerreristas” de los Uribistas, a quienes caracteriza como “capos de la mafia disfrazados de políticos que todo lo convierten en *ajuste de cuentas* cuando no se está de acuerdo con su forma de pensar...”. Hay agudeza en este análisis que postula una correspondencia entre estilos y actitudes autoritarias de tratar las diferencias, de un lado, y las prácticas de los sectores mafiosos, del otro, en particular el

proverbial *ajuste de cuentas* violento entre facciones. Hilando más fino, podemos advertir un serie de estilos argumentativos y prácticas políticas del Uribismo que beben en la cultura mafiosa y lumpenezca (aunque sin llegar a postular por nuestra parte una equivalencia completa entre ambos términos, pues son múltiples y variadas las fuentes de las que bebe el discurso político y el estilo de acción del Uribismo).

Para la muestra, dos botones: la célebre expresión “*le voy a dar en la cara, marica*”, pronunciada en tono a la vez de amenaza, imprecación e insulto por el propio Uribe Vélez en una conversación telefónica privada con un oscuro personaje que supuestamente se aprovechó de cierto acceso al Jefe de Estado para extorsionar a narcotraficantes reclusos en las cárceles. Otro ejemplo, la práctica mafiosa de enviar anónimos (o muñecas manchadas con lo que a simple vista parece sangre) a líderes de la oposición, periodistas o jueces incómodos, según se testimonió en el escándalo de las llamadas “Chuzadas”, como parte de un plan sistemático de espionaje e intimidación personal llevado a cabo por el Departamento Administrativo de Seguridad DAS, siguiendo instrucciones de la Casa de Nariño.

El desacuerdo de un lector con la columnista Salud Hernández, lleva a *observamiron*¹²¹ - otro usuario- a descalificarlo como “un auxiliador de las farc”. Es decir, si no estás de acuerdo conmigo, o con nosotros, eres terrorista, perteneces al bando de los enemigos proscritos. Tampoco eres persona, no tienes la dignidad de la persona humana: “si las ratas aúllan, es porque avanzamos”, concluye el usuario, ofreciéndonos su propia versión de la figura cervantina que aludía a los canes que ladraban al paso de las cabalgaduras. Solo en este bestiario acomodaticio tan propio de los foros de los lectores es posible encontrar casos de ratas que aúllen, pero nunca en la zoología como disciplina de las ciencias naturales ajena al *phatos* de la política.

Ante la supuesta homosexualidad de Gina Parody, excandidata a la alcaldía de Bogotá en las elecciones de 2011, un usuario la considera razón suficiente para negarle su voto.

En el caso mio yo no votare por Gina por lesbiana. Ya tuvimos mas que suficiente con la alcaldesa de chapigay.(Sn,15-10-2011, *eltiempo.com*)

La *homofobia* emerge como un rasgo distintivo de la cultura política autoritaria en América Latina, como lo subrayó recientemente Mario Vargas Llosa en una columna de

¹²¹ El texto completo del comentario del lector es el siguiente: “Salud: Muy cierto todo lo expuesto en su artículo, así Carlos Espinosa, pseudónimo de un auxiliador de las farc, esté en desacuerdo. Si las ratas aúllen, es porque avanzamos. (*observamiron*, 13-11-2011, *eltiempo.com*)

opinión¹²² inspirada en el brutal asesinato de un joven homosexual por parte de un grupo de neonazis en una ciudad latinoamericana; es sugerente que este rasgo discriminatorio de la orientación homosexual haya sido compartido en algunos casos por agrupaciones que se reclaman de una cultura política de izquierda o alternativa, y que esté muy extendido en las culturas populares, de lo que dan cuenta los chistes que convierten a los homosexuales en objeto de burlas sin fin. Lo cual nos llama la atención sobre la capacidad inherente a la cultura política autoritaria, en tanto cultura dominante, de permear a las culturas políticas subalternas, y a la vez revaloriza los esfuerzos del movimiento LGTB en el subcontinente orientados a dar la batalla cultural y política por el reconocimiento pleno de los derechos a la libre orientación sexual de los ciudadanos, no solo de cara al Estado sino al conjunto de la sociedad. De este modo, *lo político* amplía sus fronteras y abarca en su expansión dimensiones que hasta hace poco se consideraban asuntos estrictamente privados, como la orientación sexual y las reivindicaciones de género.

En blanco y negro

Hay una *visión del mundo dicotómica*, muy frecuente en el discurso de la cultura política autoritaria- pero no exclusivo de ella-, que, inspirada en el catolicismo ultramontano del *Syllabus*, prefiere simplificar la representación de la realidad política como un litigio entre el bien y el mal, la luz y la oscuridad. Así se advierte en el siguiente comentario del usuario *Ponciano*:

Me encantaría ver a Uribe enfrentado, en unas elecciones, a Petro. La inteligencia y capacidad de un hombre que si tiene a Colombia completa dentro de su alma, contra la mitomanía y perversidad de un cerebro que solo sirve para hacer un caldo de sesos (Ponciano, 6-11-2011, *eltiempo.com*).

Inteligencia y capacidad como atributos de Uribe, *versus* la mitomanía y perversidad como rasgos distintivos del adversario Petro; el primero usufructúa a plenitud su *alma*, en contraste con el segundo que- desprovisto de verdadera espiritualidad- no es más que dueño de un cerebro “que solo sirve para hacer un caldo de sesos”.

En un mismo movimiento, el punto de vista dicotómico niega al adversario como sujeto en pie de igualdad, degradándolo, al tiempo que exalta las supuestas virtudes del líder

¹²² Mario Vargas Llosa (8 de Abril de 2012). Vargas Llosa critica homofobia en América Latina tras el caso de Chile. Recuperado en *eltiempo.com*:http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/mario-vargas-llosa-critica-homofobia-en-latinoamerica_11519961-4

carismático que se respalda. La diferencia de opinión o de trayectoria individual de los líderes se presenta como amenaza o disfunción, nunca como una diversidad políticamente productiva.

“¿Dónde está la tolerancia?”, se pregunta el usuario *escepticovc* al interpelar a los críticos de Petro, en especial a los que parten de premisas propias de la cultura política autoritaria¹²³. Y para defender los derechos de Petro a actuar legítimamente en política, no encuentra otro adjetivo para calificar a sus detractores que el de *mamertos* (con el que usualmente se moteja en Colombia a la gente de izquierda por parte de quienes no lo son), y lo combina con otro adjetivo: *derechistas*. Ese coctel queda así: *mamertos derechistas*. La consigna de este usuario es: “¡que se callen los mamertos derechistas que son igualitos a los mamertos izquierdosos!”. No estamos frente una apuesta o competencia por el mejor argumento, sino ante un acto de habla de tipo imperativo que busca silenciar al contendiente, si bien inspirado en el *ethos* de la resistencia y de la protesta.

La usuaria *carmenarevalo* expresa sus dudas con respecto a otorgarle su voto a Petro, las cuales le surgen de las elogiosas referencias del candidato del movimiento Progresistas a algunas de las tesis de Alvaro Gómez Hurtado, veterano líder del Partido Conservador abatido por sicarios en hechos que la justicia todavía no logra esclarecer del todo. Empero, la sombra oscura que proyecta Uribe Vélez sobre Bogotá, con su abierto apoyo a la candidatura de Peñalosa, quizá la persuade de darle su voto a Petro para conjurar el fantasma de Uribe. Por su parte, el usuario *IvánDavidC* le responde que confía plenamente en Petro; su propuesta de “acuerdo sobre lo fundamental” no solo evoca la figura de Gómez Hurtado, asegura, sino que remite a Rawls y a Habermas, teóricos de la política contemporánea (un batiburrillo de escuelas de pensamiento tan diversas y, aún más, difícilmente compatibles, no debería sorprender en un foro de lectores que no se distingue justamente por la “pureza” doctrinaria de los participantes).

Rótulos políticos

lamentable la posición de mi colega Molano,, en vista de que no hay más por quien votar, vota por el menos malo, reconociendo que el menos malo no es

¹²³ El texto completo del comentario del lector, es el siguiente: “Mamertos derechistas aquellos que a esta salturas tildan de guerrillero a Petro, entonces donde está la tolerancia. Ha sido declarado varias veces el mejor senador, quien destapó el carrusel dentro de su mismo partido, no es corrupto. Déjenlo gobernar, yo ni vivo en Bogotá pero creo que es un lider honesto y bien intencionado, que se callen esos mamertos derechistas que son igualitos a los mamertos izquierdosos. Igualies de resentidos !!!!!!!!!!!!!!!” (*escepticovc,6-11-2011.eltiempo.com*)

por el que va a votar...si gana Petro en menos de un año le estaremos recordando a nuestro colega Molano su nuevo error político..petro es aliado y cuenta con al apoyo de la derecha y es un izquierdista vergonzante, es la nueva derecha aliada del neoliberalismo.(kmilo kcontreras, 23-10-2012,*elespectador.com*)

El usuario *kmilo Kcontreras* califica a Petro de “izquierdista vergonzante, (...) nueva derecha aliada del neoliberalismo”, con lo cual se diferencia del punto de vista del columnista Alfredo Molano Bravo, quien considera a Petro y a su movimiento Progresistas como una variante de la izquierda colombiana. Rotular al adversario o al contradictor con el mote de “derecha” o aliado de la derecha, puede ser una manera facilista de cancelar en forma anticipada el debate ideológico y político ¿En qué lugar del espectro político se encuentra Gustavo Petro, alcalde electo de Bogotá? Tal interrogante circunda las cabezas de los actores políticos de Bogotá y el resto del país. ¿En la izquierda aliada de la guerrilla, como pregonan los Uribistas, o en las cercanías de Juan Manuel Santos y su Unidad Nacional, esto es, en la centro-derecha, o en un lugar equidistante entre uno u otro polo, algo así como una centro-izquierda de corte institucionalista y legalista, como prefieren autorrepresentarse los mismos petristas? “¿Quién le teme a Petro?”, fue el título de la portada de la revista *Semana* posterior a su victoria electoral en Bogotá.

Pedestales de palabras

Resulta que el columnista Alfredo Molano escribe un artículo de opinión¹²⁴ sobre Alfonso Cano, el abatido jefe de las Farc, y expresa respeto por “su valor y su consistencia moral” y alguna simpatía personal que proviene de sus años juveniles cuando compartieron aulas en la Universidad Nacional, el primero como alumno de Sociología (fue discípulo de Camilo Torres y de Orlando Fals Borda), y el otro como estudiante de Antropología y líder de la Juventud Comunista. Varios usuarios se sienten compelidos, por contraste con la actitud de Molano, a hacer pública su admiración por los líderes paramilitares Carlos Castaño y Mancuso. El usuario *Daniel Mejia Mejia* se declara admirador de los referidos jefes paramilitares, y exalta sus supuestas proezas con una franqueza inusual. Dice al final: "este comentario es odioso pero es lo mismo que hace Molano"¹²⁵. Elogiar o censurar, son las dos

¹²⁴ Alfredo Molano Bravo (13 de noviembre de 2011). El contragolpe. Recuperada de *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/impreso/opinion/columna-310947-el-contragolpe>

¹²⁵ El texto completo del comentario es el siguiente: “en cambio yo admiro a mancuso que fue capaz con cuatro campesinos y escopetas viejas de sacar corriendo a los guerrillos que le exigian plata o entregar la tierrita, lo

funciones principales del discurso *epidíctico* o *demostrativo*, y en un ambiente de marcada polarización política, cada vez que se intenta con palabras levantar estatuas a la memoria de un protagonista de la contienda, no se hacen esperar los francotiradores que se empeñan en derribarla y erigir sobre la polvareda el pedestal de un ídolo de signo contrapuesto.

El desacuerdo entre columnistas y lectores

Los foros de los lectores de las columnas de Cesilia Orozco Tascón en *elespectador.com*, durante la coyuntura electoral de 2011, resultan muy ilustrativos sobre las actitudes de los lectores ante las diferencias de opinión. Ante la postura contraria de la columnista con respecto a la candidatura de Petro a la alcaldía de Bogotá, los partidarios del ex senador no ahorran improperios contra Orozco. La sindicación de posturas muy ajenas a las suyas, como la de estar ofendida por el destape de la parapolítica o la de buscar prebendas en un improbable gobierno de Peñalosa. Nada más opuesto a las actitudes públicas de Orozco ni a su trayectoria como periodista. Algunos pocos lectores expresan con respeto su discrepancia con la columnista.

“Lo más grave no es que Uribe sea como es. Sus antecedentes no son de hoy. Lo más desconcertante y decepcionante es que los que opinamos coadyuvando sus denuncias¹²⁶ somos discriminados y mirados como leprosos y nos convertimos en sus enemigos”: afirma *joseraulgonzalezvargas*, usuario de *lasillavacia.com*, en lo que se constituye en un testimonio de la intolerancia de la cultura política autoritaria frente a sus críticos y disidentes. El usuario expresa una actitud respetuosa de la diferencia aunque crítica frente al uribismo. Su tono cortés contrasta con la crispación proverbial en los foros lectores de otros medios.

El usuario ODER¹²⁷ tematiza un rasgo de la cultura política dominante, que ha permeado mucho a los sectores populares: “siempre ha habido y siempre habrá corrupción”, sostiene ODER, lo cual resulta un argumento legitimador de tales prácticas políticas, pues las naturaliza. “Reducir la corrupción a sus justas proporciones”, se propuso con cinismo el presidente Turbay Ayala durante su mandato (1978-1982); y uno de los célebres primos Nule, contratistas del Estado que prosperaron durante el periodo de gobierno de Uribe Vélez y

danaron, luego en un helicoptero rescato al otro heroe carlos castano, de un ataque alevoso y desventajoso de la guerrilla. este comentario es odioso pero es lo mismo que hace molanossss. (DANIELMEJAMEJIA, 13-11-2011, *elespectador.com*)

¹²⁶ El usuario alude a las denuncias de la columnista Claudia López sobre los innumerables casos de corrupción política que involucran al expresidente Uribe, su gobierno y la coalición de congresistas que lo apoyó durante su mandato.

¹²⁷ (24-04-2011, *lasillavacia.com*)

actualmente enfrentan un juicio penal por cargos de corrupción, sentenció: “la corrupción es algo inherente a la naturaleza humana”. Petro y su movimiento Progresistas, capitalizaron en el caso de las elecciones para la Alcaldía de Bogotá, un sentimiento de repudio a la corrupción en la capital del país, asociado con las denuncias del llamado “Carrusel de la Contratación”, que involucraron al ex alcalde Samuel Moreno Rojas y a su hermano, el ex senador Iván Moreno Rojas, pertenecientes al Polo Democrático Alternativo, agrupación de izquierda que ganó en dos elecciones consecutivas la Alcaldía de la capital del país.

Luis Pérez fue candidato a la Alcaldía de Medellín en las elecciones de Octubre de 2011. Aspiraba a ser reelecto en un cargo que ejerció años atrás en medio de permanentes denuncias por prácticas corruptas de su administración. *JuanKAristizabal* a las 6:28 am del 23 de Mayo de 2011, hizo el siguiente post en el foro de lector de *lasillavacia.com*:

Me llama la atención que en un artículo atacando a Uribe hayan buscado la forma de acomodar por algun lado el comentario atacando a Luis Perez... Que afán tan grande el que tiene la Silla Vacía de desprestigiar a Luis Pérez por todos los medios posibles!! Que triste que los odios personales y las filiaciones políticas estén por encima de la objetividad como periodistas... A mi si me gustaria ver (con pruebas) cual es el supuesto prontuario que tiene Luis Pérez... Mal por la Silla, cada vez se rebajan más...(JuanKAristizabal, 23-05-2011,*lasillavacia.com*)

Antes de que hubiera transcurrido una hora, la propia columnista Claudia López le respondió en el espacio del foro, con el nick *clopez*:

Luis Pérez no necesita que nadie lo desprestigie. él lo ha hecho sólo. El prontuario de corrupción y vínculos con ilegales de Luis Pérez es largo y conocido. Me dirá, que no tiene ninguna condena. Si claro, pero esa es una prueba de impunidad no de probidad. (*clopez*,24-05-2011,*lasillavacia.com*)

Una interacción entre columnista/lector como la que se aprecia en este intercambio, no es algo que se pueda advertir en los foros de los columnistas de otros medios periodísticos, pero sí es característico de *lasillavacia.com*, en la cual se han expandido prácticas comunicativas propias de la cultura bloguera. Un debate respetuoso pero firme entre columnista y lector, puede animar y en cierto modo alentar el debate público en el foro.

(...) Yo daría lo que fuera por ver los movimientos que ha tenido la cuenta corriente de nuestra querida Claudia después de la publicación de este pasquín! (AbdelRahim, 8-06-2011,*lasillavacia.com*)

El anterior comentario contiene una insinuación injuriosa, en lenguaje indirecto.... Es como si dijera: López es una periodista vendida al mejor postor.

El usuario *HernandoGonzález* parte de expresar su reiterada discrepancia de opiniones con el columnista León Valencia en *semana.com*; empero, afirma que si bien el proyecto de reforma a la educación superior que promueve el gobierno nacional no es tan malo como sostiene el movimiento estudiantil, sí se debería protestar y marchar por los generosos subsidios educativos que reciben algunos altos funcionarios del Estado, los cuales se descuentan del presupuesto público. El suyo es un modo respetuoso de tramitar las diferencias de opinión enriqueciendo el debate, y explorando matices para posibles acuerdos mínimos.

Para el usuario *FranciscoSanchez*¹²⁸ la tolerancia frente al pensamiento del otro es uno de los rasgos de la cultura ciudadana que promovió Mockus cuando fue alcalde de la ciudad de Bogotá; por eso interpela a los demás usuarios Petristas o Mockusianos (como *Sombrasólida*), para que “acepten el humor de Daniel”- se refiere a Daniel Samper Ospina -, así este tome a sus candidatos predilectos como blanco de sus sarcasmos e ironías. Si se siente en la necesidad de hacer este llamado, es porque advierte una tendencia mayoritaria entre sus colegas a denostar del columnista de *semana.com* por diferencias políticas coyunturales.

Como sucede con los siguientes usuarios:

Lo grave sería que buenos candidatos como lo son Gustavo Petro y Gina Parody contáran con el respaldo de un bufoncito oligarca y petulante como lo es Daniel Samper Ospina (*SombraSólida*, 1-10-11, *semana.com*)

Señor Samper: El humor es cosa seria y en este caso ud. ha caído en la charlatanería barata en donde refleja sus rabias y frustraciones. Seréense y no dé rienda suelta a sus pasiones como un polítiqero de esos que dice combatir. Esta vez la cagó....lástima! (*airoGómez*, 1-10-11, *semana.com*)

Incapaces de reírse de sí mismos, los anteriores usuarios expresan una intolerancia frente a la crítica sarcástica a sus líderes muy similar a la que suelen exteriorizar los

¹²⁸ (*FranciscoSanchez*, 1-10-11, *semana.com*)

adherentes de la cultura política autoritaria.

Por su parte, el usuario *MarcoRamirez*, a quien tampoco le hizo gracia la columna de Daniel Samper Pizano del 1 de octubre de 2011, no por ello lo descalifica, pues dice: "usted es un gran periodista, inteligente y certero en sus comentarios....".

Estimado y respetado Daniel Samper, por lo general acuño en esta seccion de comentarios el calificativo de "GENIAL" para calificar su columna, hoy no puedo decir lo mismo, hoy estuvo REGULARCITO ... para no decirle menos. Espero que esto solo sea un "descache", pues usted es un gran periodista, inteligente y certero en sus comentarios, por lo que confio en que lo escrito hoy solo sea el producto de una mala semana pasada por usted. Saludos. (*MarcoRamirez,01-10-11, semana.com*)

No carece de interés el detalle de que el comentario tiene la estructura de una carta breve, de una misiva del lector. Comienza con un: "Estimado y respetado Daniel"....; y finaliza escuetamente con un: "Saludos." En la genealogía del comentario del lector, resuenan en este usuario los ecos de un género que le antecede en el contexto de la prensa gráfica: la carta del lector.

4.3.2. Actitudes ante la Violencia

Los soldados y los policías son preparados solo para matar ratas, no importa que no sean de alcantarilla, no para contestar interrogatorios preparados por esas mismas ratas. Colombia esta guerra tenemos que ganarla (...) Salvemos a Colombia de una vez y para siempre (...) (*Ponciano, 20-10-2011.eltiempo.com*)

Durante la conquista del territorio americano por parte del colonialismo español, por mucho tiempo los indígenas no fueron considerados seres humanos sino bestias, naturalmente desprovistas de alma. Expediente eficaz que legitimó el atroz etnocidio de millones de nativos por parte de las huestes al servicio de la Corona Española. Cuatro centurias después, en la republicana Colombia, usuarios como *Ponciano* no sienten escrúpulos para afirmar a rajatabla que los que militan en el bando contrario del conflicto armado interno no son personas, sino ratas. La cultura autoritaria, con raíces que se hunden hasta los tiempos de la Conquista, muestra predilección por las imágenes de un bestiario tropical hecho a la medida de sus

prejuicios: “Los soldados y policías son preparados solo para matar ratas, no importa que no sean de alcantarilla.”

Ganar la guerra: todo se justifica en función de esa meta. Ganar la guerra. Tanto ánimo belicoso del usuario es la respuesta laudatoria a una columna de opinión que censura de forma apasionada la condena de un oficial del ejército por su participación en varias ejecuciones extrajudiciales de simples ciudadanos, que fueron presentados como dados de baja en combates nocturnos con la guerrilla.

Protesta, destrucción y goce

Con un sarcasmo punzante el usuario *Carlospinoso* asocia la protesta de masas del movimiento estudiantil universitario con la destrucción y el delito.

Ocurre que los colombianos, no sé de donde, sacamos la idea de que protestar es destruir, entonces cada protesta que se hace, va llena de contravenciones y delitos. No hay marcha sin ejercicio arbitrario de las propias razones, daño en bien ajeno, hurto y hasta lesiones personales y homicidio. Esos protestantes son los cobardes que, solos, no le tiran un madrazo a un ciego ni a un tullido, pero ocultos en la masa, destruyen todo lo que encuentran a su paso, se roban lo que encuentren, matan y comen del muerto para luego, en la infaltable borrachera de después de la marcha, presumir ante las sirvienticas que los acompañaron de la vez en que le pusieron la pedrada en la cabeza al chofer de la buseta o la papabomba que dejó sin ojos al patrullero de la Policía y las sirvienticas, arrechas por haber exhibido los senos de perritas toda la tarde se acuestan entre mil orgasmos con el "valeroso" semiguerrillero mechudo. (Carlospinoso, 3-10-2011)

El usuario reproduce el conocido tópico conservador según el cual el individuo se tornaría agresivo cuando forma parte de una masa, lo que remite a las lucubraciones de Le Bon. Y no se inhibe de ponerle un toque picante a su comentario, al postular la supuesta relación entre protestas de masas y desborde libidinoso. Por lo que se infiere que la represión de las masas debería venir de la mano con el control coactivo de su sexualidad: pensamiento conservador en esa doble dimensión, que no disimula el sesgo clasista que lo alimenta.

En el foro de *elspectador.com* tienen lugar una serie de respuestas e interpelaciones de otros usuarios al comentario de *DonPedometro* acerca de que Alfredo Molano defiende las corridas de toros, lo cual en su criterio es igual a apoyar la violencia en la sociedad. Típico

argumento *ad hominem*, en este caso no se juzga el contenido de la columna de Molano, su apoyo electoral a Petro, sino que se descalifica al columnista por su afición a los toros, tratando de establecer una relación de equivalencia entre la afición al toreo y la apología de la violencia entre seres humanos. *Gerardo* le increpa a *DonPedometro*: "No te veo protestar con la misma vehemencia contra la matanza de campesinos en tu propio país"; y por su parte *sincorruptos* se regocija: "jajajaja gerardo la sacaste del diamante. Asi de cíncicos son los narcoparacos.jajaja excelente. "

El foro del lector es un ámbito en el que los enunciados de los columnistas y de los lectores/comentaristas desatan variadas respuestas de los participantes, y aunque a menudo pecaríamos de optimistas si calificáramos como ejercicios dialógicos a estos intercambios, sí podemos constatar que el foro es la superficie compartida donde se reconocen entre sí los usuarios, tanto por sus acuerdos y explícitas coincidencias, como por sus discrepancias de opinión. Celebrar un apunte o discrepar de la opinión de otro forista, son el pan de cada día en los foros del lector, donde los usuarios se despojan de la máscara prudente o hipócrita de la fingida *neutralidad* y se presentan en el pleno disfrute de una subjetividad apasionada, que es al mismo tiempo construcción permanente de las identidades políticas de los sujetos.

“¿Dar la vida por la patria?”, interpela el usuario *solar* a otro que se muestra partidario del sacrificio patriótico. Yo no lo haré, y mi lema es: “que VIVA la VIDA con igualdad”. Es la desigualdad social la que empuja a muchos jóvenes a la violencia, sostiene *solar* en el foro de *espectador.com*, y se apoya en un tópico frecuente de las culturas políticas de la protesta y la resistencia. También hace explícita su postura antimilitarista: altos oficiales se “embolsillan la plata” mientras los soldados rasos mueren en combate o en atentados de los insurgentes.

“El fin de la guerra está en manos de la sociedad, aunque parezca un exabrupto. El fin de la guerra, sostiene *chiqueomocha*¹²⁹, se gesta organizando movimientos sociales que obliguen al Estado a volver por sus fueros.” Conviene subrayar la presencia de esta mirada plausible sobre el papel decisivo de la sociedad civil en la obtención de la paz. Empero, no es muy frecuente en los foros de los lectores, donde a primera vista ganan los que le apuestan todo a la derrota militar de las guerrillas, o sea a la paz de los sepulcros¹³⁰.

Cuestión de tamaño y usos de la hipérbole

NO estoy de acuerdo con Alfredo, el gobierno legitimamente elegido no puedo

¹²⁹ 13-11-2011, *espectador.com*

¹³⁰ Me refiero por supuesto a los foros de los cuatro medios colombianos estudiados, y durante el lapso o la coyuntura política de Octubre de 2011. Otros medios y contextos políticos diferentes arrojarían muy probablemente resultados también diferentes.

bajar la guardia frente a la guerrilla con la esperanza de una negociación. Históricamente las FARC han demostrado que no quieren el diálogo, nos han engañado siempre, porque ahora iba a ser diferente?. Sobre el Ex-presidente (...) Si tenía alguna (remota) aspiración de volver al poder, con estos golpes y con los resultados de Santos en otros frentes, está cerrando esa posibilidad, el mejor ejemplo, las elecciones pasadas (king62,13-11-2011,*espectador.com*)

Interesante este comentario de estirpe santista, es decir, de una de las variantes actuales de la cultura política autoritaria. *King62* postula mano dura contra las Farc y apoyo al gobierno Santos en su postura rígida, así como distancia crítica frente al “*expresidente*”-Uribe Vélez-, a quien trata así, con ese término de desdén. Pasar de ser reputado por un vasto sector de la opinión pública como “el mejor presidente en la historia de Colombia”, “Uribe el Grande”, a ser el *expresidente* para los partidarios de Santos, contiene una lección de humildad política que las almas inspiradas en el propósito mesiánico de “salvar al país” del caos no alcanzan a dilucidar.

Desde las trincheras de la *cultura política de protesta y resistencia*, Uribe ya no disminuye mágicamente su tamaño, sino que mantiene dimensiones colosales, pero de signo opuesto. Ya no es más el “mejor presidente de la historia de Colombia”, como pregonan sus partidarios, sino todo lo opuesto: “el peor presidente de la historia de Colombia”.

La *hipérbole* es un instrumento dúctil en manos de admiradores ciegos y malquerientes del obstinado político colombiano, líder visible y casi solitario de una derecha ultramontana y agreste, con hilos múltiples de contacto capilar y orgánico con la gran hacienda ganadera, los ingentes capitales del tráfico de narcóticos, las bandas paramilitares, los propietarios de plantaciones de banano y palma africana destinados a la exportación, entre otros sectores sociales y de clase que le dieron piso, aliento y soporte a sus audacias políticas, muchas de ellas localizadas en los bordes mismos del código penal y de transgresión de la institucionalidad del estado de derecho.

Como se advierte en el siguiente comentario de lector:

Claudia, tu ya lo dijiste hace rato, el farsante del EX presidente Uribe, le propuso al menso pueblo Colombiano, un negocio muy simple, les cambió la subversión, por corrupción. Y aquí tan mentos como siempre, las inmensas mayorías se le comieron el cuento sin entender que la corrupción, también es violencia, el robo del patrimonio nacional, es terrorismo y del peor (...)

(jaimemoyanoespinosa, 9-05-2011,*lasillavacia.com*)

Argumento pragmático, en el cual se establece una especie de igualdad entre las consecuencias de uno y otro fenómeno.

"(...) Igual de doloroso a lo que es un muerto a manos de las Farc, también lo es a manos de un militar, que lo hace por presentar un resultado; que la horfandad por cuenta de una bomba, es tan desgarradora, como la que se produce por una mala atención hospitalaria.... (jaimemoyanoespinosa, 9-05-2011,*lasillavacia.com*)

Conjurando el espectro de Uribe

Lamentablemente debo reconocer que es la misma subversión a quién debemos agradecer la popularidad de uribe, pues los guerrilleros se han encargado de ponerlo en donde está, aunque parezca que no es esa su intención, pues con sus reiterados ataques a la población, sus actos de terrorismo, los secuestros, los ataques a la infraestructura y su despreciable cinismo cuando se refieren a una lucha por un futuro que se supone todos queremos, cuando cierto es que para ellos el medio se convirtió en el fin, y ahora no son más que una bandada de delincuentes narcotraficantes, extorsionistas que nos han hecho bastante daño. Lo más lógico es que los colombianos oremos por un líder que sea capaz de enfrentarlos y detener su avanzada contra los ciudadanos, los subversivos se han ganado el odio de los colombianos, así que cualquier pícaro que los enfrente será bienvenido, sin que importe mucho las chuzadas, agro ingreso seguro, falsos positivos, desempleo, tom y jerry, parapolítica, ley de justicia (ODER, 24-10-2011,*lasillavacia.com*)

El anterior argumento del usuario ODER- algunos analistas políticos han propuesto hipótesis similares¹³¹- sugiere un vínculo estrecho entre el ascenso político del Uribismo en el aprecio y apoyo de la opinión ciudadana, y los sentimientos de temor y de odio que despertaron los desmanes de las Farc con sus ataques, en especial los que afectaron directamente a la población civil. Así surgió la aprobación masiva de un líder carismático de derechas que ofreció resolver de una vez y para siempre ese problema mediante el uso contundente y sostenido de la fuerza. La permisividad y

¹³¹ (López de la Roche, 2014)

aparente indiferencia con que la opinión pública recibió las denuncias sobre sus abusos, violaciones a la ley y escándalos de corrupción, no es sino el correlato necesario de este gesto de aprobación.

Las Farc- incapaces de advertir lo que estaba pasando en vastas capas de la opinión popular y de las clases medias-, dieron rienda suelta a un militarismo prepotente que solo sirvió para darle nuevos argumentos y motivos a la propaganda mesiánica del Uribismo. Cuando finalmente se rompieron los diálogos de paz en el Caguán entre el gobierno de Andrés Pastrana Arango y las Farc, luego de varios años de frustradas expectativas acerca de que los colombianos pudiéramos alcanzar la paz por la vía negociada, el camino estaba despejado para que un líder de provincia- al margen de los partidos tradicionales pero con el apoyo de muchos de sus dirigentes-, accediera al poder con el mandato de doblegar a sangre y fuego a los insurrectos.

La negativa tajante de la Corte Constitucional al proyecto de ley que autorizaba la realización de un referendo que permitiría la segunda reelección de Uribe, los procesos judiciales que se le siguen a sus más destacados alfiles políticos y colaboradores por variadas denuncias de corrupción, y las diferencias crecientes entre Uribe Vélez y su sucesor Juan Manuel Santos, le han restado espacio político y capacidad de maniobra al dinámico ex presidente, que sin embargo está lejos de resignarse a cumplir un papel secundario en el presente político colombiano. No obstante, hay quienes prefieren pensar con el *deseo*, como lo hacen los usuarios de los siguientes comentarios:

Será que el delincuente mayor tiene gran aceptación todavía en la opinión pública. NO y mil veces no. A él le espera la cárcel por corrupto, paramilitar, desplazador, asesino, narco y otras "bellezas". Ahora como le quedo el ojo a este delincuente con la muerte de Cano? Mejor que se caye y se lo lleve la Corte Penal Internacional.(ALBERTOAGUILERA,5-11-11,*semana.com*)

.....

Sr León Valencia (...) Cómo es posible que siga opinando que urive "tiene gran ascendencia sobre la opinión pública". Usted y yo sabemos claramente que el maniatar a traves del temor y amedrentamiento de la

opinión pública NUNCA ES ASCENDENCIA. El proceso electoral libró al país de este concepto y mostró cuanto se quiere a urive...pero lejos, lejos del país que quizo "refundar"(...) (ALVAROHERNANDOCASANOVA, 5-11-11,*lasillavacia.com*)

Una actitud psicológica y política errática, que ya analizó Gramsci cuando examinó la tendencia a disminuir al adversario, en vez de afrontarlo tal y como es: “(...) la lucha no puede ser dudosa, y ya parece que se tenga la victoria en la mano. Pero esa lucha es soñada, y vencida en sueños” (Gramsci, 2005, p. 466). Allí vio el teórico y político italiano un temor inconsciente a los poderes maléficos del oponente y un anhelo casi infantil de conjurar los demonios de la política por la vía de la fantasía y no de la realidad.

4.3.3. Actitudes ante el conflicto

En su columna titulada “Por quién no votaría jamás”¹³² en *elespectador.com*, Cecilia Orozco Tascón procedió en contravía de la costumbre de los columnistas de informar a sus lectores su decisión de voto en los comicios.

Orozco aseguró que no votaría por Petro a la alcaldía de Bogotá- en otra columna posterior explicó que su voto sería por Aurelio Suárez, candidato del Polo Democrático Alternativo- , y para justificar su renuencia argumentó que Petro había convivido con los hermanos Samuel e Iván Moreno Rojas- denunciados por él mismo como responsables del escándalo denominado el “carrusel de la contratación “ en Bogotá-, y que solo los denunció cuando “se llenó de odio contra el Polo”; agregó Orozco que la lista de financiadores de la campaña a la alcaldía del candidato de Progresistas no era suficientemente clara. También señaló en su columna que no votaría por Luis Pérez en Medellín, ni por Héctor Fabio Useche en Cali, vinculados con redes de corrupción. “Votaré a conciencia aunque mi candidato pierda”, concluyó Orozco, apartándose de la consigna del “voto útil”: sufragar por alguien para garantizar que gane los comicios y neutralice a un candidato decididamente malo, aunque no se esté muy convencido de las bondades del primero.

Las reacciones y comentarios de los usuarios y foristas a esta columna son ilustrativas de nuestras culturas políticas; en especial, de la persistencia de aquella visión dicotómica, en blanco y negro, que se inspira en la sentencia bíblica: “el que no está conmigo, está contra mí”, tan cara a neoconservadores como George W. Bush. Esta visión dicotómica, que no

¹³² Cecilia Orozco (20-10-11). Por quién no votaría jamás. Recuperado en *elespectador.com*: <http://www.elespectador.com/impreso/opinion/columna-307597-quien-no-votaria-jamas>

advierte matices, ni grises, y todos los disuelve en las tonalidades dominantes: blanco o negro, es consustancial a la cultura política autoritaria, y tiene sus raíces, como lo señaló Gutiérrez Girardot (1986), en el “esquema antagonista de pensamiento”, que promovió el catolicismo tradicional y ultramontano en su lucha sin cuartel contra el liberalismo y el pensamiento democrático moderno.

Para una parte mayoritaria de los foristas que respaldan a Petro en su aspiración a la alcaldía de Bogotá, el hecho de que la columnista Cecilia Orozco Tascón expresara que no votaría por este candidato y sugiriera falta de claridad en el origen y naturaleza de los aportantes financieros a su campaña, es razón suficiente para que procedieran a descalificarla de manera tajante, utilizando argumentos sin asidero en los hechos que la emparentan con las posturas neoliberales o de derecha.

(...) Como le duele a Cecilia el no poder participar de las mieles del poder en una alcaldía de Peñalosa (elcomerciante, 26-10-2011, *elespectador.com*)

.....

YO SÍ VOTO POR PETRO; es el único candidato distinto y valiente.(...) Una pregunta, ¿a quién le está haciendo campaña hoy desde esta columna?¿está usted dolida por el destape PARAPOLÍTICO, CIERTO? (YoSíOpiNo, 26-10-2011, *elespectador.com*)

.....

Todos sabemos que la PERRA de Cecilia Orozco tiene un odio personal e irracional contra Gustavo Petro porque éste denunció a los amigos de ella, los Moreno y porque en su denuncia Petro apoyó al Procurador, a quien ella detesta. Muchas de sus columnas son prueba de este odio personal. Por eso es predecible y no hay columnista peor que uno predecible (...). (juanbetar, 26-10-2011, *elespectador.com*).

Quizá algunos de estos usuarios procedan a conciencia y de mala fe al endilgarle cargos falsos a la columnista, que en estas columnas expresa su apoyo al candidato Aurelio Suárez del Polo Democrático Alternativo, partido de izquierda en cuyo programa se opone al neoliberalismo. Otros no proceden de mala fe, sino de un modo casi instintivo, reactivo: si no estás con nosotros – no apoyas al candidato Petro-, es porque estás aliada secretamente con el

principal contendor de Petro, o sea con Peñalosa, quien a su vez está aliado con Uribe Vélez. Esta *lógica dualista* no admite más que dos posturas enfrentadas y contrapuestas, no advierte otras variantes intermedias, o simplemente diferentes, no sabe ver los grises. El hecho de que electores petristas, que usualmente se consideran una opción de izquierda democrática, apelen a estos argumentos dicotómicos y de escasa sutileza, es una evidencia de hasta qué punto un rasgo propio de la cultura política autoritaria, ha permeado incluso a los lectores/usuarios que en la práctica expresan un comportamiento electoral alternativo o disidente de esta cultura. Ahora bien, la circunstancia de que un diario conservador alvarista como *El Nuevo Siglo* y su director, Juan Gabriel Uribe, se hayan pronunciado públicamente a favor de la candidatura de Petro a la Alcaldía de Bogotá, es otro signo inesperado de las complejidades de la política y por tanto del análisis discursivo de la política.

No obstante, algunos usuarios que apoyan a Petro, expresan su discrepancia con Orozco en forma respetuosa, sin desconocer su calidad periodística ni endilgarle intereses oscuros.

Por primera vez discrepo de usted Cecilia. En la elección anterior de Alcalde de Bogotá, Gustavo Petro se la jugó por la candidatura de María Emma Mejía y en la consulta del Partido yo voté por esta opción. Desafortunadamente ganó la maquinaria de la Anapo y el candidato fue Samuel Moreno. Así que no creo que Gustavo Petro haya sido seguidor fiel de los Moreno como usted a la ligera lo califica. Pienso que por militar en el Polo le tocó conformarse con las reglas de juego de la consulta. Igual le sucedió a Carlos Vicente de Roux, quien ahora se alineó en el nuevo movimiento de Progresistas y para mí la unión con este impecable Concejal, me ofrece garantía de que Bogotá será manejada con decencia y en aras del progreso. En cambio me aterra pensar que Uribe meta sus narices en Bogotá (carmatorteg, 26-10-2011, *elespectador.com*).

Digresiones

La potencia y la fuerza implícita en la *cultura autoritaria*, deriva de su condición de *cultura política dominante*, la cual le confiere la capacidad de permear e influir algunos de sus postulados y actitudes en las culturas políticas de *protesta y resistencia*, que en este sentido no se presentan en formas puras ni descontaminadas. Aunque se basan y se inspiran en los núcleos de *otra* cultura, de una cultura política *disidente* y por tanto *alternativa*, en su decurso real y contradictorio las culturas políticas de la protesta incorporan a su acerbo elementos muy

diversos, inclusive aspectos de la cultura autoritaria a la que se enfrentan en forma desigual. Por lo tanto, no es útil para el análisis concebir la cultura política autoritaria y las culturas políticas de la protesta como entidades dicotómicas, ni examinarlas con la lente de un dualismo absoluto. Parafraseando algunas de las ideas de Gramsci sobre el *folclore*, también las culturas políticas de resistencia tienen el aspecto de una mezcla heteróclita de materiales simbólicos muy variados, y no es posible encontrar en ellas sistematicidad rigurosa, lo cual no las hace menos vivas, actuantes y potencialmente transformadoras.

La emergencia de los estudiantes universitarios en calidad de foristas, convocados a la escena por su participación en el movimiento estudiantil universitario y por las reacciones que dicho movimiento despierta entre los columnistas de opinión de diversas corrientes, como una bocanada de aire fresco altera momentáneamente las reglas y costumbres establecidas en los foros.

En primer lugar, permite superar al menos durante la coyuntura del movimiento ese *diálogo de sordos* entre gentes que ya están previamente convencidas de sus ideas, y que no leen al otro sino para reafirmar convicciones o prejuicios, sin dejarse interpelar realmente por el otro, ni modificar siquiera en parte su identidad. Estos jóvenes sacuden con firmeza el piso en el que tenía lugar aquel diálogo de sordos, provocan y desatan el verdadero diálogo entre los usuarios del foro, de cierta manera lo moderan, sacándolo de las nebulosas de la abstracción doctrinaria y de la injuria repetitiva que solo se escucha a sí misma, aterrizándolo a las circunstancias concretas del acá y el ahora. Y al pedir respeto para su movimiento universitario y sus criterios, extienden ese llamado en general para todos los participantes del debate. El que un sacudimiento semejante de los foros de los lectores no dure sino el tiempo que este movimiento universitario se mantiene en pie de lucha, es un indicador elocuente de cómo los contextos políticos y las coyunturas alteran y modifican el intercambio discursivo.

4.4 ¿Persuadir al otro o negociar la distancia y la identidad?: Una digresión sobre la retórica contemporánea

Aristóteles (2007) y Perelman (1997) postulan que la retórica estudia lo tocante a la persuasión y la adhesión de un auditorio a las tesis que se le presentan. Meyer (2004), por su parte, sostiene que lo principal de la retórica es la negociación de la diferencia y la distancia

simbólica entre el orador y el auditorio, pues solo se argumenta a partir de cuestiones problemáticas, en torno a las que hay discrepancia.

Según Angenot (2010), la persuasión, si existe, es algo más bien marginal en los intercambios retóricos del mundo real. Lo que se impone son los *malos entendidos*, un “diálogo de sordos”; no solo el desacuerdo (el cual supondría una mínima comprensión de lo que el otro dice), sino la imposibilidad de entenderse, la sensación de que el otro delira o está loco.

Desde una perspectiva que se base en el reconocimiento del conflicto social como el elemento dinamizador de los cambios sociales, a partir de la existencia de antagonismos que surgen de la diferencia profunda de intereses materiales y sociales, los procesos retóricos contemporáneos se inscriben en el abanico de esas luchas sociales, simbólicas y políticas, y por lo tanto persiguen un doble propósito: denunciar, deslegitimar y desacreditar a los oponentes, esto es, expresar y darle palabras a la diferencia y a la distancia, en términos de Meyer; y, al mismo tiempo, acercar, unir, identificar a las propias fuerzas, a los aliados potenciales, persuadiéndolas, buscando su adhesión activa a unas tesis y consignas de acción. En el anterior sentido se podría interpretar válidamente el aserto de Meyer, cuando sostiene que la retórica se ocupa de la diferencia tanto como de la identidad.

Los procesos retóricos de búsqueda de la persuasión y la adhesión del auditorio, no se pueden ignorar ni subestimar, en especial entre grupos más o menos homogéneos, o clases sociales determinadas; o bien al seno de grupos heterogéneos, los cuales establecen acuerdos parciales entre sus componentes, alianzas, con vistas a una acción común o un programa de gobierno. Pero si este aspecto de la realidad se absolutiza y se ignoran el conflicto, la lucha social en términos concretos, así como sus manifestaciones simbólicas, nos deslizamos hacia los enfoques consensualistas y normativos (Habermas, 1999; Van Eemeren & Houtlosser, 2004), que tienden a ser construcciones idealizadas más que descripciones analíticas de los procesos empíricos. Estos enfoques normativos pueden tener aplicación en ámbitos más o menos delimitados de la vida social- el mundo académico, organizaciones sociales de composición más o menos homogénea- pero fracasan cuando se orientan a la explicación del todo social, del conjunto social.

Una parte considerable de los empeños retóricos no buscan directamente la persuasión y el acuerdo del auditorio, sino al contrario, remarcar las diferencias y la distancia, afirmar la identidad propia del orador en contraposición con la identidad del adversario: es lo que ocurre

en la lucha política, tal y como lo analiza, por ejemplo, Chantal Mouffe (2003) en su enfoque de la democracia radical y en su conceptualización del antagonismo y del adversario político. Entonces, ¿cómo armonizar la retórica con la teoría política contemporánea? Por lo menos desde Aristóteles, la retórica y la política recorren caminos paralelos y se entrecruzan a menudo. Si bien el imperio retórico va más allá del ámbito del discurso político o deliberativo, y abarca los ámbitos de la publicidad, de la información, de las ciencias y de los intercambios cotidianos cara a cara, entre otros, no es posible desconocer la pertinencia de esta imbricación entre la retórica y el discurso político.

4.5 El comentario del lector como nuevo género discursivo

El comentario del lector, o comentario *on line* del lector (*user comment, reader comment*), reúne las características básicas de un *enunciado* (Bajtín, 2005; Volóshinov, 2009): unidad de sentido completo, respuesta a otro enunciado, conclusividad, adscripción viva a una esfera dada de la comunicación, etc. Por tanto, no se puede estudiar como si fuera una simple oración o frase gramatical- o un conjunto de oraciones disecadas-, pues el comentario tiene lugar en una situación comunicativa concreta y por lo tanto está inserto en un acto de comunicación humana.

En suma, el comentario del lector es un enunciado que a su vez está inserto en una cadena de enunciados (el foro del lector). Es clara la alternación de los hablantes en el foro, la cual se hace explícita en la secuencia de los comentarios posteados por diversos usuarios. Si por causa de las restricciones de extensión impuestas por la interfaz del foro, el comentario del lector es inconcluso- o se presenta en varios fragmentos consecutivos-, el enunciado lo constituye la versión íntegra y completa del comentario, esto es, la sumatoria de los distintos fragmentos o retazos del comentario, y no una pieza aislada.

Lo *dialógico*, para Bajtín, no presupone interacción técnica o fáctica entre sujetos- en sentido estricto-; es diálogo de “sentidos” entre los enunciados o al interior del texto. Pero esa dialogicidad se torna más visible cuando se dan tales interacciones fácticas mediante el uso de la interfaz. La condición dialógica del discurso no concierne únicamente a la búsqueda del consenso o del asentimiento entre los hablantes, también está presente cuando se tramitan desacuerdos o se lleva a cabo el debate de puntos de vista discordantes con el fin de explicitar las diferencias.

Toda comprensión está preñada y reclama una respuesta activa del oyente; el que este se sitúe en una “*posición de respuesta*” ante el enunciado y el orador. Entonces, el oyente se transmuta en orador, y el lector en escritor (Bajtín, *Estética de la creación verbal*, 2005) . Por tanto, se trata de una relación dialógica entre sujetos, bien sea que se sitúen en pie de igualdad o que prevalezca una evidente asimetría de poder entre uno y otro.

Por su *extensión*, el comentario va desde una sola palabra, una exclamación, por ejemplo: ¡bravo!; ¡sí!; o pocas palabras: ¡así se hace!; ¡no faltaba más!, hasta un texto largo tipo carta o artículo de opinión (dividido en partes o fragmentos debido a las restricciones de espacio que impone la interfaz del foro).

Hay una limitación objetiva, técnica, referida al número máximo de caracteres en el comentario, que en ocasiones se le impone al usuario a partir del diseño de la interfaz o dispositivo del foro, y lo obliga a fragmentar su *post* en varias piezas que unidas constituyen el comentario, el enunciado íntegro original. Pero se trata de casos relativamente marginales, pues la inmensa mayoría de los usuarios termina adaptando la extensión de sus comentarios a las posibilidades limitadas que le ofrece la interfaz del foro¹³³.

En un sentido general, podemos advertir de qué manera las *interfaces* cada día se adaptan en mayor medida a los rasgos propios de la comunicación humana. La expresión de la *posición de respuesta* de los oyentes/usuarios ante los diversos enunciados que se le presentan en situaciones comunicativas concretas, es una de esos rasgos culturales que en nuestros días se facilita en virtud de la interactividad. Tales respuestas suelen tener un carácter valorativo y no solo informativo, al suponer *tomas de posición* activas por parte de los usuarios (a favor o en contra, acuerdo/desacuerdo). Inclusive en aquellos casos en los que el usuario aporte informaciones factuales o datos nuevos sobre el asunto en cuestión, estos usualmente vienen entreverados con sus propios juicios de valor.

¹³³ La *interfaz* del espacio de participación del sitio Web ofrece tanto posibilidades como *restricciones* a la hora de realizar el *comentario* por parte del usuario. En el caso de las redes sociales, se precisa un análisis específico que no ha sido el objeto de este estudio. Vale decir, sin embargo, que anteriormente, el botón *Like (Me gusta)* en Facebook no habilitaba la opción de hacer comentarios; ahora despliega un cuadro de comentario cada vez que el usuario pulsa el botón. El comentario en Twitter está restringido a 140 caracteres (aunque existen aplicaciones que permiten divulgar textos más extensos en esa plataforma). En Facebook no hay un límite en el número de caracteres para la escritura de comentarios por parte del usuario.

4.5.1 Rasgos comunes del comentario del lector

Al examinar el comentario del lector, podemos identificar algunos rasgos comunes, así:

a) El comentario supone la existencia previa de un discurso/texto de otro sujeto (un enunciado del orador/columnista, o bien, de otro usuario comentarista), el cual entra en contacto con el lector, lo interpela y le suscita una respuesta. Así pues, el comentario es uno de los modos textuales en los que se materializa la *activa posición de respuesta* del lector- en términos de Bajtín (2005).

b) El comentario no tiene una estructura única ni uniforme, sino muy variada. Más que inferir una estructura común a todos los comentarios, podríamos describir varios tipos o modalidades específicas de comentarios, más o menos recurrentes¹³⁴.

c) Lo que tienen de común todos los comentarios, es que son *enunciados* y que implican una toma de posición subjetiva del lector, ya sea una opinión, una reacción emotiva o, lo que es más típico, una combinación de ambas (Raimundo Anselmino, 2012, p. 225)¹³⁵.

d) Algunos rasgos del comentario del lector- como por ejemplo su extensión, o su eventual multimodalidad, entre otros-, están en parte predeterminados por las posibilidades y restricciones que ofrece la interfaz del foro de lectores en cada sitio web (y ahora en las redes sociales), y por tanto son variables. El soporte electrónico o digital que distingue y le da su materialidad característica al comentario del lector- lo que Charaudeau analiza con la categoría “dispositivo”-, en la mayor parte de los casos da lugar a la inclusión de enlaces o hipervínculos en el comentario, lo cual puede conferirle a este características multimodales.

En efecto, el dispositivo, junto a la finalidad, la identidad y la temática, conforman los principales elementos del *contrato comunicativo* (Charaudeau, 2003) que se establece en el foro del lector. Sin embargo, el comentario del usuario -al mismo tiempo que responde a las pautas establecidas por dicho contrato- conserva un margen de libertad expresiva y da lugar a la manifestación del estilo individual del lector/comentarista, quien puede desplegar en el espacio del foro sus tácticas de identidad y diferenciación en la interacción con los demás usuarios.

¹³⁴ Una posible tipología de los comentarios del lector, sin embargo, excede los alcances del presente estudio.

¹³⁵ Puntualiza Raimundo Anselmino: “Comencemos por retomar la diferenciación que realizó Patrick Charaudeau (2003:112-113) entre la *opinión* que manifiesta una evaluación intelectual y la *apreciación* que canaliza una reacción afectiva (...) .Aunque existe un claro predominio de la segunda sobre la primera, en el conjunto total de los discursos estudiados se detectó la presencia de ambas modalidades de juicios reflexivos e, incluso, de comentarios en donde estas dos actividades lingüísticas son puestas en acto y en que, por lo tanto, el universo de la racionalidad y el universo afectivo se fusionan”.

Desde el punto de vista de la *estructura o composición* del comentario, así como de sus rasgos de estilo, prima la *heterogeneidad*: hay múltiples formas del enunciado, con diferencias importantes entre ellas. No es posible, por lo tanto, definir una estructura común del género del comentario del lector, pero en su lugar podríamos establecer una *tipología de las formas del comentario*, apelando a la heterogeneidad formal de los mismos pero también a ciertas recurrencias; tal tipología sería móvil y cambiante, y al enunciarla no daríamos cuenta sino de un momento en la evolución de estas formas textuales.

4.5.2 El foro del lector como mixtura de matrices culturales diversas

Cuando se explora la fuerte presencia de la *oralidad* en los foros, lo que allí emerge son otras matrices culturales propias de la cultura oral y la audiovisual/electrónica, las cuales tienen diferencias marcadas con la cultura escrita del periódico. Es posible que en algunos lectores se presente una influencia del género del comentario o el artículo de opinión (en la escritura de sus propios comentarios en los foros), pero ello no sucede con todos los lectores ni quizá con la mayor parte de ellos.

En los comentarios de los lectores se pueden encontrar elementos que proceden del chisme, del cotilleo, de la conversación cotidiana entre amigos, colegas o familiares¹³⁶. En el caso colombiano, también se advierten en algunos usuarios elementos de la cultura lumpenezca y barriobajera. Otros textos pueden evocar la memoria en el usuario del género de la carta de los lectores o del comentario radial. Y finalmente, algunos comentarios revelan la impronta de la cultura periodística letrada en sus autores y, en particular, del género de la columna de opinión. Se trata entonces de una mixtura, un batiburrillo de modos de leer y de escribir diferenciados, pues unos corresponden a diversas matrices de cultura popular y otros son expresión de la cultura letrada.

Hay quien sostiene que el comentario del lector es un subgénero de opinión creado por los medios digitales para captar a sus usuarios. Pero acoger una definición semejante, sería como tomar la parte por el todo. Los medios sin duda participan en la configuración del género, al diseñar y habilitar las interfaces correspondientes, pero son los usuarios los que con su actividad lectora y escritural, con su producción textual y las interacciones en red que establecen con distintos sujetos, le van dando rostro y perfil a este nuevo género discursivo.

¹³⁶ Sal Paz (citado por Raimundo Anselmino, 2012, p. 78) "...al indagar las cualidades de los intercambios verbales producidos en un foro, afirma que los usuarios producen enunciados que se inscriben en la modalidad del "escrito hablado" o "coloquial escrito"..."

El comentario del lector, en cuanto género discursivo, surge de una suerte de *negociación* entre las prescripciones y llamados de los medios (sus invitaciones a los usuarios a participar y sus normas de participación), y las expectativas y necesidades expresivas de los usuarios. Pero al fin de cuentas son los usuarios los que le confieren a este género algunas de sus características más destacadas, a menudo a contrapelo del querer de las industrias mediáticas. Es un género que se encuentra en el punto de intersección entre la cultura letrada del medio, por un lado, y las culturas, competencias comunicativas y demandas expresivas de los usuarios, por el otro. En ese cruce nace el comentario del lector y se va modificando al tener de las circunstancias y de los cambios en los dispositivos tecnológicos interactivos.

Hay otros *modos de leer* en la cultura popular que no coinciden con los de la cultura letrada. Al estudiar los diversos modos de lectura popular en la modernidad, Martín-Barbero (2003) describe, por ejemplo: la *lectura colectiva*: en grupos, donde siempre había alguien que sabía leer y podía hacerlo en voz alta para los iletrados, como lo ilustra una de las escenas de El Quijote de la Mancha; la *lectura bulliciosa o no silenciosa*, interrumpida a cada paso por los oyentes, quienes reaccionan emocionalmente expresando *re-conocimientos* e identificaciones de los sujetos (o lo que es igual, incorporando trozos de su trayectoria biográfica, de su experiencia individual o colectiva en el proceso de la lectura).

La anterior descripción de algunos modos populares de leer, permite entender por extrapolación ciertas prácticas de los usuarios de los foros digitales, quienes mayoritariamente ponen de manifiesto – a diferencia del modelo de lectura racional/ilustrado propio de la cultura letrada- otra aproximación a la lectura/escritura en la que tienen lugar gestos de aceptación y rechazo de los contenidos textuales que se leen- aplausos y chiflidos-, dislocaciones sintácticas, abundantes errores ortográficos, así como procesos de identificación tanto como de repulsa política.

Lo que dijo el cronista Alberto Salcedo Ramos con respecto a la recepción de los noticieros de televisión en Colombia: *no vemos noticieros, sino que peleamos contra ellos*, se podría aplicar también a la lectura de la sección de opinión de los periódicos digitales. No se lee *linealmente* el contenido de la columna, sino que a menudo esta sirve de provocación para exteriorizar – a través del comentario *on line*- los propios puntos de vista y la subjetividad de los lectores, sus experiencias, emociones, odios y afectos.

Es una *lectura con elementos o rasgos colectivos*, en la medida en que el lector se interesa por el espacio común del foro, por lo que allí dicen otros lectores, por el debate plural

que allí toma cuerpo. Oscar Collazos encontró marcadas diferencias en el tono y el contenido de los comentarios de los usuarios con respecto a su columna en *eltiempo.com*, cuando estos los posteaban en el foro del lector, o bien cuando los remitían directamente al autor a través del correo electrónico, una vez el columnista solicitó a los editores del sitio Web deshabilitar la sección de comentarios en su propia columna. El carácter público y de cierto modo masivo del foro del lector, según Collazos (2010) , condicionaba en forma negativa el tono y el contenido de muchos de los comentarios.

El comentario del lector en la memoria de la evolución de los géneros textuales

Según Barbero, los géneros dan lugar también a la activación en los usuarios/lectores de un conjunto de *competencias culturales y comunicativas*, así como de *memorias*. Esas memorias también se refieren a las huellas de la evolución de los géneros discursivos, como las que algunos usuarios manifiestan respecto al antiguo género de la carta del lector, o la evocación que hacen en sus textos del chismorreo, del comentario radial o de la plática informal cara a cara entre amigos, familiares o conocidos; y, por supuesto- en algunos lectores con competencias letradas-, la memoria de los géneros periodísticos de opinión en prensa escrita, elaborados profesionalmente.

La *carta del lector*, como género tradicional de la prensa escrita que se remonta hasta las últimas décadas del siglo XIX, tiene algunos vasos comunicantes con el comentario del lector, si bien las diferencias son notables. Pero hay una memoria de este género en algunos usuarios, que, por ejemplo, usan un lenguaje similar al de las referidas cartas, colocan en sus comentarios *on line* encabezados de saludo y rematan el texto con sus firmas¹³⁷.

4.5.3 Los usuarios toman posición en el ciberespacio

El *comentario on line del lector* es un nuevo género discursivo de los usuarios, de naturaleza opinativa y persuasiva, propio de los contextos de la cibercultura en los cuales el lector deviene productor de contenidos y escritor amateur.

El investigador argentino Julio Cesar Sal Paz (citado por Raimundo Anselmino, 2012, p.79) define el comentario del lector como un “género dialógico, breve, dinámico y

¹³⁷ En el corpus de los comentarios de los lectores recopilado y analizado en el presente estudio, pudimos encontrar algunos ejemplos de usuarios que utilizaron instintivamente el estilo y la estructura de la *carta del lector* tradicional para postear sus comentarios on line; se trataba de lectores jóvenes que muy probablemente estaban haciendo sus primeras incursiones como foristas de la prensa digital, durante la coyuntura del movimiento nacional universitario de 2011.

conversacional, en el que se distinguen tres características: la sujeción a un mensaje anterior; la exposición de un punto de vista; la apelación a otros comentaristas”.

Los usuarios más activos no son periodistas profesionales sino ciudadanos que anhelan participar de manera más activa en la producción de contenidos informativos y de opinión, así como incidir en la definición de la agenda de los medios masivos de comunicación. Pero no hay que confundir al usuario que comenta con el periodista profesional ni con el columnista; hay niveles de relación cambiantes entre unos y otros que habría que explorar con más detenimiento.

Benjamin (1975; 2009) situó hacia finales del siglo XIX los orígenes de esa honda mutación cultural en virtud de la cual el lector deviene escritor y productor de sus propios textos, con la masificación de la prensa diaria, la aparición del género de la carta del lector y los progresos en la alfabetización de los habitantes de las respectivas naciones.

Los comentarios de los lectores, como se dijo anteriormente, comparten algunos rasgos comunes, referidos a la *condición de respuesta* a otros textos que es inherente a todo enunciado, a la presencia de un posicionamiento de parte del usuario (*toma de posición o de partido* sobre la cuestión en debate), y a la activación de las matrices diferenciadas de *cultura política* en las que habitan los usuarios, en tanto códigos interpretativos o marcos cognitivos para valorar y enjuiciar los textos y los acontecimientos de actualidad con los cuales se relaciona.

CAPÍTULO V. REFLEXIONES FINALES

En este capítulo presentaré algunas de las conclusiones más generales de la presente investigación, referidas a la caracterización de las nuevas funciones del lector/ usuario de la prensa digital; a la construcción de las identidades socioculturales y políticas de los usuarios como el nodo articulador de tales funciones; a las características problemáticas del *foro del lector* como uno de los nuevos espacios fragmentarios del espacio público contemporáneo; y al *comentario del lector* como nuevo género discursivo de los usuarios propio de la cibercultura. Finalizaré con una breve digresión teórica sobre el ámbito de la retórica y la teoría de la argumentación.

Si el lector, además de estas conclusiones de rango más general, desea adentrarse en otras conclusiones específicas del estudio, deberá consultar el capítulo respectivo, en el cual se presentan de manera detallada y ordenada estas conclusiones parciales.

5.1 Algunas coordenadas de las mutaciones comunicacionales en la era de la convergencia cultural y la cibercultura

Con la emergencia y expansión de Internet y de las comunicaciones digitales, se transforman de modo profundo las dimensiones más importantes de los procesos de comunicación en la sociedad, esto es, los clásicos procesos de producción, circulación y recepción de los mensajes propios del modelo comunicativo conocido como *broadcasting* – de uno a muchos–.

Si consideramos la instancia o los procesos de producción, lo que aparece con Internet, según Verón (2012, p.14) es “una mutación de las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática”. La tendencia del lector contemporáneo, que se consolida en la sociedad red, a devenir productor de sus propios textos y contenidos mediáticos, diversifica hasta el extremo las fuentes de producción de los discursos que circulan a través de los medios y del ecosistema comunicativo en su conjunto.

Se ponen en cuestión las prácticas inveteradas del *gatekeeping* (filtrado) propias del modelo de *broadcasting*, y las industrias mediáticas y sus directivos- a regañadientes- van

perdiendo en forma paulatina el control absoluto sobre una buena parte de los contenidos que circulan a través de la red. Tendencias actuales como las del periodismo participativo, la práctica de la curaduría periodística sobre contenidos autogenerados por los usuarios (*User-Generated Content*), los espacios de participación del lector en los sitios Web periodísticos, las comunidades de lectores, están modificando progresivamente las *rutinas y procesos de producción* de los medios y sus propios contenidos, en un proceso no exento de tensiones, resistencias y traumatismos, por cuanto erosiona las bases de la cultura periodística tradicional.

Sí, por otra parte, nos detenemos a estudiar la *instancia de la circulación de los mensajes*, Internet trajo consigo condiciones inéditas en los procesos de distribución.

Como anota Verón (2012, p.15):

En la medida en que el dispositivo de la red permite a cualquier usuario producir contenidos y teniendo en cuenta además que, por primera vez, el usuario tiene el control del “*switch*” entre lo privado y lo público, podemos empezar a hacernos una idea de la complejidad de los cambios en curso. Los procesos de circulación son el nuevo gran campo de batalla, y esa guerra apenas ha comenzado.

Los rankings de lectura en los sitios Web periodísticos, los indicadores de los contenidos más leídos, comentados y distribuidos por los lectores, la posibilidad en manos del usuario de compartir (*share*) los contenidos mediáticos de su interés a sus contactos o seguidores en redes sociales, vía correo electrónico o Servicio de Mensajería Móvil, el incremento del tráfico de los sitios Webs periodísticos a partir de las redes sociales, entre otros fenómenos, dan cuenta de esa creciente intervención de los usuarios en la puesta en circulación de los mensajes y contenidos mediáticos.

Finalmente, al ocuparnos de *los procesos de recepción*, también llamados de “reconocimiento” por Martín Barbero y otros autores (Bonilla, Cataño, Rincón, & Zuluaga, 2012) se visibilizan algunos de los nuevos modos de leer que están asociados a la digitalización. Por un lado, la lectura y la escritura se integran como parte de un mismo proceso; se lee y se escribe a la vez (García Canclini, 2007). Por otro lado, al examinar los discursos de los lectores en los foros, se advierten o revelan modos de lectura diferenciados: la lectura tiende a ser una práctica cooperativa, en la medida en que *se comparte lo leído*, tanto en los comentarios de los foros, como a través de los botones para compartir (*share*).

Pero no nos ocupamos en esta investigación de todas las variables que comprometen al tema de los nuevos modos de leer, sino de algunos rasgos que surgen del examen de los foros de los lectores.

Asimismo, como ya lo hemos indicado, los usuarios cada vez consumen más aquello que es recomendado o distribuido por otros usuarios, a través de las redes sociales y los servicios de mensajería móvil. Hay una suerte de curaduría de los contenidos mediáticos que es realizada por la “inteligencia colectiva” de los usuarios.

La sección tradicional del Correo de los Lectores, desde finales del siglo XIX, permitió visibilizar a un grupo relativamente reducido de lectores que interactuaban con el medio a través del género epistolar. Internet y los espacios de participación de la prensa *on line*, en especial el dispositivo del foro de los lectores, multiplicó por millares el número de lectores que comentan las noticias o los artículos de opinión. Esa multiplicación geométrica del volumen de los lectores que escribe y publica sus textos a través del espacio del foro virtual- aunque siga siendo expresión de un porcentaje relativamente minoritario con respecto al total de los usuarios- , introduce un cambio ya no solo cuantitativo, sino también cualitativo en la ecuación medios/lectores.

5.2 Los espacios de participación de los usuarios en la prensa digital: cruce de caminos

La primera motivación de los medios periodísticos comerciales para incursionar en Internet y habilitar espacios de participación de los usuarios en los sitios Web, según lo confirman varios estudios, es la de tratar de fidelizar a los lectores atraídos por una amplia oferta informativa gratuita en la red, y a la vez llegar a nuevos lectores jóvenes que tienen hábitos arraigados de consumo de prensa en soporte digital. En este sentido, los intereses económicos, la competencia por el mercado con otras empresas mediáticas, el propósito de aumentar el tráfico de sus sitios Webs, han sido los motores esenciales de la apertura de esos espacios (Zúñiga & Duque Soto, 2009; Ruiz, Masip, Mico, Diaz-Noci, & Domingo, 2010).

Los desarrollos de las tecnologías comunicacionales (los sitios Web digitales, los espacios de participación de usuarios, las redes sociales y demás), presionan y de cierto modo obligan a los medios a “*tener que estar ahí*”, a introducir esas tecnologías a sus sitios Web, sin saber al principio para qué ni con qué propósito de largo plazo, solo por la *pulsión de no*

quedarse rezagados respecto de la competencia y de lo que están haciendo otros medios de referencia en el mundo o en el país.

En el caso colombiano, los primeros portales informativos en la red surgieron en 1996 (*eltiempo.com, elespectador.com, elpais.com, etc.*), con lo que están próximos a cumplir dos décadas de existencia. Hacia finales de la década de los noventa, se habilitaron los primeros espacios de participación de los lectores, mediante los blogs y los foros de los lectores (que solo en forma paulatina se extendieron a las secciones de noticias y de opinión). Alrededor de los años 2008 y 2009 los medios digitales colombianos incursionaron en las redes sociales, creando sus propias cuentas en Twitter, Facebook, Youtube, y posteriormente vincularon a su planta a periodistas capacitados para actuar como editores de redes sociales y participación (Community Manager), lo cual ha tenido un inocultable impacto en el modo como se relacionan con sus usuarios.

La oferta de un repertorio variado de espacios de participación de los usuarios por parte de las instituciones mediáticas, y los insistentes llamamientos a los lectores para ocuparlos, se encuentra con dos transformaciones culturales profundas que están experimentando los lectores/usuarios en una esfera global. Primero, el *lector deviene productor* de su propio discurso y busca socializarlo en la red y en el ecosistema mediático. Segundo, el usuario cada vez mas asume su intervención en los espacios de participación de los sitios Web periodísticos como un ejercicio de su derecho a la libre expresión y a la creatividad individual.

No bastaba, sin embargo, habilitar las interfaces para la participación y atraer a los usuarios a las mismas, para lograr una conversación pública productiva y de buena calidad. También en los espacios sociales de participación no mediados tecnológicamente- asambleas, debates, coloquios, tertulias-, la existencia de acuerdos mínimos sobre cómo llevar a cabo la discusión y de moderadores competentes, son condiciones necesarias para garantizar debates enriquecedores y útiles. Si de verdad se buscaba propiciar la calidad del foro virtual, esto suponía que la institución mediática invirtiera en ello tiempo y recursos humanos calificados, lo cual en términos generales no hizo por parte de los medios, pues no fue considerado una prioridad para ellos.

En consecuencia, durante años los foros de los lectores funcionaron sin una mínima moderación por parte de los medios, con lo cual sobrevino la inevitable degradación del clima de discusión en estos espacios de participación. Varios columnistas colombianos, entre ellos

Daniel Samper Pizano y Oscar Collazos (2010), advirtieron tempranamente en sus columnas el malestar que suscitaban unos foros en los que el ataque personal y las expresiones de odio se robaban el protagonismo. Ante la falta de respuestas satisfactorias de los medios a sus reclamos, optaron por solicitar en 2004 la deshabilitación de los foros en sus respectivas columnas, en forma temporal o definitiva. Todavía en 2011, varios columnistas de *El Espectador* mantenían esta exigencia de silenciamiento de los foros en sus columnas.

En *lasillavacia.com*, el incentivo a la participación de los usuarios y las claras reglas que la rigen, así como la moderación activa de estos espacios por parte de los periodistas, hizo parte de una apuesta meditada que se basó en la conciencia del medio sobre el nuevo paradigma de relación con los usuarios que trae consigo el periodismo digital. Lo anterior le ha permitido jugar un rol experimental y de avanzada en el periodismo digital colombiano en lo que se refiere a este tópico.

Ahora bien, los espacios de participación que han ofrecido los medios de prensa colombianos a los usuarios, han sido restringidos y por debajo de las posibilidades que la tecnología ofrece hoy en día. Ciertas restricciones han pretendido mantener al usuario en el sitio Web y desestimular sus búsquedas y la navegación por otros medios y espacios de la red, lo cual es algo prácticamente imposible de lograr. La articulación de los medios digitales con las redes sociales, en cierto modo fue impuesta o presionada por los propios usuarios, quienes se volvieron habitantes de las redes sociales antes que fieles consumidores de una sola plataforma mediática. Esa relación ha sido desafiante para los medios y ha implicado algunos cambios y ajustes en sus rutinas periodísticas. En todo caso, los lectores no han quedado atrapados en los sitios Web periodísticos, sino que crean sus propios espacios de participación y debate (grupos en Facebook, por ejemplo), utilizando principalmente las redes sociales. Esta labor en gran medida escapa al control de los medios masivos (aunque no de la vigilancia del “Gran Hermano”).

Como lo ha señalado la periodista colombiana María Teresa Ronderos, la actividad y los productos de los usuarios en los espacios de participación existentes, a menudo son subestimados e incluso desdeñados por los medios, que no dedican personal suficiente para monitorear esa producción y para tratar de incorporar los aportes de los lectores a sus propias dinámicas periodísticas y a los contenidos del sitio Web (aunque los recientemente incorporados editores de redes sociales en cada medio se esfuerzan por superar esta deficiencia).

Por otro lado, la modificación en las prácticas de lectura y consumo mediático de las audiencias, plantean retos decisivos a la industria del periodismo. Es cada vez mayor la incidencia en la determinación de lo que se lee y lo que se deja de leer, de acciones habituales de los usuarios como las de compartir (*share*), dar *me gusta*, calificar una noticia o texto, los rankings de los textos más leídos y más comentados, etc. Asimismo, un porcentaje creciente de lectores acceden a los sitios Webs de los medios a partir de las recomendaciones en redes sociales de sus pares o conocidos, o directamente se enteran de las noticias a través de las redes sin acceder a los sitios Webs periodísticos.

En otras palabras, los usuarios son cada día más influyentes en la valoración de la importancia social y comunicativa de los textos periodísticos, y por lo tanto en estimular o desincentivar su lectura.

5.3 Las nuevas funciones del lector/usuario: producir, compartir y cultivar el *self*

Las nuevas funciones del lector/usuario se pueden entender como aquellas actividades o prácticas que lleva a cabo el lector con una cierta regularidad, en tanto sujeto vinculado a la sociedad/red y a los intercambios comunicativos digitales, e inserto en roles sociales y en tramas socioculturales determinadas.

Algunas de estas funciones son de naturaleza lingüística o discursiva, y otras son extralingüísticas. Las primeras se realizan mediante el uso del lenguaje y en particular de los *actos de habla*, y requieren la utilización apropiada de dispositivos tecnológicos, tales como los sitios Web, la interfaz del foro del lector y diversas aplicaciones para telefonía móvil. Las segundas son de naturaleza extradiscursiva y por lo tanto no precisan del uso de la palabra o del lenguaje; tienen que ver con los aspectos *operativos* de las diversas interfaces comunicativas. Por ejemplo, el acto de imprimir o de compartir un contenido a través de la red.

Las funciones del lector de naturaleza discursiva se realizan mediante la escritura de comentarios *on line*, de entradas de blog o *posts*, y la elaboración de materiales no solo textuales, sino gráficos, audiovisuales, etc, todo lo cual se condensa en la categoría denominada *contenidos autogenerados por el usuario (User- Autogenerated Content)*. Asimismo, incluyen las prácticas de lectura en ambientes virtuales.

Las anteriores funciones, en suma, están vinculadas con los nuevos modos de leer y de escribir, y con el proceso a través del cual el *lector deviene productor y escritor* de sus propios textos y contenidos culturales. Sin perder de vista la dimensión multimedial como una posibilidad abierta al usuario que se ocupa en la producción de contenidos en un plano *amateur*.

El lector de la sección de opinión de un medio digital, según lo que se puede inferir de la observación atenta y del análisis pragmático de los foros de los lectores, participa de la realización de un conjunto de *actos de habla*, que podríamos compendiar mediante los siguientes verbos realizativos: *Aplaudir o censurar* el texto o a su autor; *apoyar* el punto de vista del columnista; *insultar o injuriar* al protagonista de los hechos o de los puntos de vista que se evalúan en el texto, a su autor o a otros usuarios; *amenazar* al columnista o a otros lectores; *polemizar* con el autor y/o otros usuarios, apelando a argumentos persuasivos; *criticar* a los editores y /o periodistas del medio digital; cazar peleas y discordias con otros participantes del foro de lectores; *concluir*, arribar a sus propias inferencias y puntos de vista sobre el asunto en cuestión; *convocar, instar*, hacer llamados a la acción a los otros usuarios, entre otros.

En resumidas cuentas, las prácticas de lectura en red de las tradicionales columnas de opinión, dan lugar a una suerte de “profanación” o de “contaminación” del texto original del columnista, con las reacciones, respuestas, percepciones, puntos de vista y emociones de los lectores, que se congregan en el *espacio virtual* del foro de lectores con el pretexto de emitir comentarios acerca de la columna de opinión, y a menudo abandonan la discusión sobre ese referente textual y orientan sus intervenciones en el foro al tenor de las respuestas e interpelaciones de los otros foristas, o de sus propios requerimientos expresivos.

Por otro lado, las funciones extra discursivas del usuario se realizan mediante el uso de las interfaces que ofrece el medio, las cuales concretan los dispositivos de interactividad al alcance del lector en el sitio Web; en este nivel el usuario no precisa acudir a la expresión lingüística para utilizar la interfaz, sino a operaciones de tipo práctico, tales como *copiar o imprimir* con otros usuarios un texto o un contenido digital.

Calificar un texto o contenido mediante hacer link en alguno de los botones diseñados para esta finalidad, tales como el “Me gusta” en Facebook, el “G+” en Google Plus, o los íconos del pulgar hacia arriba o hacia abajo en ciertos foros de lectores, así como participar en la difusión de un contenido digital a través de las redes sociales (*to share*), haciendo link en

el botón “Compartir”, son otras actividades concretas que realizan los usuarios sin tener necesidad de pronunciar palabras. Adicionalmente, los rankings de textos más leídos o visualizados se alimentan en forma automática cuando el usuario hace un simple link sobre una determinada oferta de contenido del medio.

En este orden de ideas, los usuarios de Internet participan en múltiples *operaciones*, que abarcan las esferas del consumo cultural e informativo, de la producción de contenidos autogenerados y de la distribución y diseminación activa de sus consumos y sus productos. La franja más activa de los usuarios interviene de este modo en la esfera pública política mediatizada- en tanto ciudadanos-, junto a muchos otros lectores, mediante reacciones y respuestas a los enunciados de los columnistas de opinión o de otros lectores/usuarios, con lo cual coadyuvan a la cristalización de los variados *climas de opinión* y de las corrientes cambiantes de opinión pública, en un espacio o esfera pública no homogénea sino fragmentada y discontinua.

Al mismo tiempo, los usuarios configuran y reconfiguran permanentemente sus propias *identidades políticas y culturales*, en el proceso mismo de tomar parte activa en interacciones y *transacciones* simbólicas (o negociaciones de la identidad, en términos de García Canclini) inherentes a los procesos de la comunicación digital interactiva.

Aprobar, agradecer, aplaudir, solicitar, proponer, protestar, etc, son verbos realizativos que indicarían la existencia de posibles actos de habla que también realizaba habitualmente el lector de la prensa en soporte de papel, aunque en ámbitos más o menos privados o restringidos. En cuanto son actos propios de la comunicación humana, tienen lugar tanto en las interacciones cara a cara, como en las comunicaciones escritas, audiovisuales y digitales.

En ese orden de ideas, lo *nuevo* no es la realización de los referidos actos de habla por parte de los usuarios/lectores de la prensa digital, sino el que estas acciones alcancen la esfera pública mediatizada sin las restricciones inherentes a los medios impresos o audiovisuales de masas. Los enunciados y las respuestas del lector/usuario a los contenidos informativos y de opinión de los medios digitales trascienden el espacio privado, doméstico, el ámbito laboral y de vecindad, y acceden en un número creciente al espacio público virtual, en el que las interacciones comunicativas ya no tienen el requisito previo de la co-presencia y de la cercanía espacial del hablante y el oyente, y además pueden gozar del privilegio de la instantaneidad y la sincronía.

5.4 La configuración y ajuste de las identidades culturales y políticas como nodo articulador de las nuevas funciones de los lectores/usuarios

Las nuevas funciones del lector/usuario de la prensa digital interactiva, como venimos argumentando, remiten a su participación en el consumo cultural y la distribución activa de contenidos en las redes digitales, a sus nuevos roles como autor/productor de contenidos textuales y multimodales, y a los procesos de construcción y ajuste de sus identidades culturales y políticas de un modo relacional. En suma, tales funciones se refieren a los *roles y actividades* que estos desempeñan como parte de sus prácticas de lectura y escritura en entornos digitalizados en red.

En la *dimensión del consumo cultural*, nos interesa indagar por los nuevos modos de leer, así como por las prácticas de lectura asociadas a la convergencia de lenguajes, formatos y soportes, esto es, a la multimedialidad. Asimismo, los usuarios cada día desempeñan un rol más decisivo en la diseminación activa de contenidos digitales entre sus redes de amigos, conocidos, contactos – y de modo más general en la esfera pública mediatizada -, mediante aplicaciones e *interfaces* que los habilitan para compartir contenidos y calificarlos, así como para intervenir en los procesos de jerarquización y selección de los contenidos más relevantes que circulan en la red. Cada vez más, el consumo cultural y lo que se lee en la red, está determinado por lo que los propios usuarios recomiendan, distribuyen o ponderan favorablemente; por una suerte de “curaduría social y colectiva” de los contenidos digitales.

En la *dimensión productiva y creativa*, los lectores/usuarios digitales están experimentando un verdadero salto, si se comparan con el papel relativamente pasivo y poco productivo de los lectores habituales de la prensa gráfica. La escritura de las *cartas del lector* a la prensa en soporte papel, aparece como una actividad menor frente la variedad y sobre todo al volumen cada día mayor de las funciones productivas y creativas de los usuarios digitales en los distintos espacios de la comunicación digital interactiva, no solo en los foros y en los *site* de los periódicos *on line*, sino más allá: en el conjunto del *ecosistema comunicativo*.

La escritura de comentarios en los foros de los diarios *on line* y la creación de blogs, son los dos modos de producción que inicialmente adquirieron mayor importancia y alcance entre los usuarios. Pero a partir de ellos, el panorama no ha hecho sino diversificarse: han aparecido los corresponsales ciudadanos, las comunidades de usuarios de los medios masivos,

los realizadores de videos *amateurs* que utilizan la plataforma Youtube y otras similares, la producción de fotografías y su socialización en línea por medio de distintas plataformas (Instagram, Flickr, etc.), la realización de material de audio y la creciente generación de contenidos multimodales por parte de los usuarios en las redes sociales¹³⁸. En esta dimensión se exploran las hondas transformaciones que conducen al lector contemporáneo a devenir escritor y productor de contenidos culturales diversos, según lo advirtió tempranamente Walter Benjamin.

En este orden de ideas, el nodo articulador de las nuevas funciones del lector/usuario de la prensa digital, no es otro que *la construcción de sí mismo en tanto sujeto cultural y político*. Los usuarios configuran, reconfiguran, afirman o modifican sus identidades culturales y sociales -así como sus identidades políticas-, al mismo tiempo que participan de modo activo en los procesos de la comunicación digital interactiva, y en relación con las interacciones comunicativas que allí tienen lugar, aunque no exclusivamente con ellas. Pues también entran en juego – en una proporción variable según los contextos socioculturales específicos- otros espacios e instancias de socialización por fuera del universo *on line*, tales como los espacios de encuentro cara a cara en la vida cotidiana, el consumo de medios masivos de comunicación y la participación en los movimientos sociales (Alvarez, Dagnino, & Escobar, 2001), entre otros.

Según Guillermo Orozco, lo que está en juego en Internet, lo que allí se tramita son las identidades de los sujetos. La identidad política es una dimensión de la construcción identitaria de los sujetos en la sociedad/red. Otras identidades como la cultural, de género, clase, etnia, generación, territorio y nación, experimentan a su vez los impactos e influencias de los procesos de comunicación en red, aunque en su gestación y afirmación hayan intervenido otras instancias de socialización: la familia, la comunidad, la escuela, las iglesias, las agrupaciones políticas, el Estado, los medios masivos de comunicación, las organizaciones de la sociedad civil, etc.

¿Qué caracteriza ese proceso de construcción de la identidad de los sujetos en la sociedad red? En primer lugar, su carácter *relacional* (las interacciones comunicativas en la red digital con otros sujetos individuales y colectivos, cada vez adquieren mayor relevancia, sin anular ni descartar otras interacciones sociales *off line*). En segundo lugar, su carácter

¹³⁸ Corresponde examinar también los procesos creativos de los usuarios que parten de materiales existentes y los reelaboran, los mezclan, los alteran, y producen a partir de esos procesos de copia, mezcla, pastiche, nuevos contenidos culturales significativos y válidos.

dinámico, cambiante, no esencialista ni fijo ni inamovible, lo cual no debe entenderse como un desapego radical e inevitable con respecto a las huellas identitarias que provienen de la pertenencia a grupos sociales y a medios culturales específicos

El lector construye su identidad política mediante su *activa participación* en intercambios y flujos comunicativos en red, como consumidor/productor de contenidos, como sujeto que se vincula a redes sociales diversas, en las que coopera en procesos de identificación que lo involucran como individuo y como parte de grupos sociales determinados (comunidades, clases, etnias, agrupaciones, sectores, comunidades de interpretación y de sentido, etc.).

El usuario/lector es un sujeto que se constituye en red de forma incesante y no de una vez y para siempre. Hay una dimensión *sedimentaria* de la identidad: raíces familiares, de clase, étnicas, sexuales, nacionales, locales, profesionales, adscripciones políticas y religiosas; y otra dimensión de *aluvión*, móvil, fluida, que se nutre, ajusta y reconfigura a partir de los intercambios digitales interactivos, principalmente. Ambas dimensiones, la sedimentaria y la de aluvión, se retroalimentan; pero la más dinámica es la segunda para aquellos sujetos que están crecientemente “enredados”.

Los anteriores procesos tienen mayor impacto en las jóvenes generaciones que se socializan principalmente a través de Internet y la comunicación digital. Pero no dejan de involucrar también, de modo desigual, a generaciones anteriores que tuvieron otros espacios e instancias privilegiadas de socialización política (los partidos políticos, los movimientos sociales, la prensa gráfica, la iglesia, la escuela, etc.)

No hay- como postulan algunos- compartimentos estancos entre los espacios digitales y los espacios abiertos de la calle y la plaza, sino múltiples y complejos vasos comunicantes entre estas dimensiones interrelacionadas de lo social y de la configuración de las identidades. El modo o la manera específicas como se intercomunican las instancias de socialización en red con los espacios de la acción política en la calle, la plaza pública, las organizaciones de la sociedad civil y las instituciones políticas, es una cuestión abierta que precisa de mayores investigaciones empíricas en contextos determinados. Empero, estos flujos se pueden advertir en los recientes levantamientos populares en Túnez y Egipto, el movimiento de los *Indignados* españoles y el *Occupy Wall Street* en EE.UU (Castells, 2012), o en los recientes movimientos juveniles universitarios en Colombia y Chile.

Lo que le otorga coherencia y sentido a ese conjunto de quehaceres disímiles, dispersos y a primera vista inconexos que realizan los lectores/usuarios de la prensa digital- y en general de la comunicación digital interactiva-, es una función principal y decisiva: la construcción permanente, cambiante y relacional del *self*, del *sí mismo*, del *yo*, del *sujeto* en cuanto tal, en su doble dimensión cultural y política. Este es un proceso que desde tiempos pasados ha tenido un fuerte componente comunicativo (Habermas, 2009, p. 138), y que en las condiciones de la sociedad red, tiene lugar principalmente en el ámbito de la comunicación digital interactiva y en los intercambios en los que participa el sujeto como tal (foros, comunidades de interpretación, redes sociales, etc.)

Lo que distingue a la sociedad red y a Internet en los procesos actuales de construcción de la identidad, tanto individuales como colectivos, no es la relevancia que adquiere el elemento comunicacional, pues también antes la identidad precisaba de la intercomunicación entre seres humanos, cara a cara o mediatizada. En tanto y en cuanto la construcción de la identidad supone el *encuentro de un yo con un tu*, de *un nosotros con un ellos*, no puede darse sino con apoyo en procesos de comunicación en distintos soportes.

Lo verdaderamente distintivo, el rasgo característico de la construcción identitaria de los sujetos en la red de redes, es que el sujeto/usuario dispone por primera vez de herramientas y recursos poderosos y de vasto alcance para poner en circulación y para establecer diálogos oportunos, inmediatos (*sincronía*), así como desterritorializados: las distancias geográficas dejan de ser un condicionamiento clave de la comunicación. Esas posibilidades, con las que antes no contaban los usuarios/ciudadanos de a pie, en la medida en que tienen lugar procesos crecientes de apropiación y uso social de estas tecnologías, potencian de un modo inédito sus posibilidades de interacción horizontal con otros sujetos, lo cual dinamiza los procesos de construcción de la identidad en red.

5.5 El foro de los lectores de la prensa digital: ¿consenso racional o disputa simbólica por la hegemonía y la construcción de las identidades?

En el espacio de los foros de los lectores, se experimenta la tensión entre dos fuerzas diferenciadas. Por un lado, hay una *pretensión económica de los empresarios*, que se basa en la aspiración de obtener el mayor tráfico en sus sitios Web y la mayor fidelidad de los

usuarios a la marca de sus medios -en un entorno mediático altamente competido-, mediante la oferta de variados espacios de participación. Por el otro lado, se abren camino *las expectativas de los usuarios*, quienes asimilan los espacios de participación que les ofrecen los medios como la posibilidad de ejercitar un *derecho expresivo*, el cual quieren materializar no solo como consumidores sino también como productores *amateurs* de contenidos mediáticos.

Los foros también son espacios para el encomio y la alabanza, y no solo para la injuria, como a menudo se afirma. Empero, es muy posible que la labor constructiva de los usuarios en los foros de los lectores, se esté perdiendo de vista por los efectos nocivos de los insultos entre los foristas. Allí también se disputan los *imaginarios de futuro* de los usuarios, sus visiones sobre el mañana previsible o deseado. Predecir, anticipar, hacer conjeturas sobre lo que vendrá más adelante, es uno de los ejercicios a los que se dedican los foristas con mayor entusiasmo, lo cual concuerda con aquella clásica asignación del tiempo futuro al discurso *deliberativo*, así como el pasado es el tiempo propio del discurso *judicial o forense* (Aristóteles, 2007).

El foro del lector, simultáneamente, es un espacio de *construcción de identidades y recreación de culturas políticas* de diverso signo. La búsqueda del *consenso racional* es solo una de las alternativas de respuesta del usuario en el espacio del foro del lector, pero no la única, y quizá tampoco la principal. Todo depende de la situación comunicativa específica en la cual se inserta el foro del lector y que delimita gran parte de sus alcances y rasgos. Hay que considerar en cada caso específico la complejidad y la diversidad de las *posibles respuestas del lector* a la columna de opinión- o a otros comentarios de los lectores en el foro-, que trascienden el dilema simplista de estar *de acuerdo* o *en desacuerdo*, ofreciendo un variado repertorio de reacciones del usuario: coincidir solo en parte, disentir, dudar, adoptar conclusiones diferentes, aportar nuevos juicios o informaciones, proponer, etc.

La emergencia en la superficie del espacio público- en virtud de la *mediatización* que profundizan la prensa digital y la interfaz del foro de los lectores- de las variadas respuestas y reacciones de los usuarios a las columnas de opinión y a los comentarios de otros lectores- en un volumen que sin llegar a abarcar a la mayoría de los lectores sí supera con creces el número de estos que conseguían publicar sus cartas en el tradicional *correo del lector* de la prensa gráfica-, introduce profundos desajustes en las rutinas comunicativas de los medios de

prensa y en el debate ciudadano. Algunos de esos desajustes pueden potencialmente poner en “crisis” valores y conceptos arraigados en una larga tradición del ejercicio periodístico.

La presuposición de que el columnista o la sección editorial del medio interpreta a la opinión pública y el modo de pensar de los lectores, se pone en constante reconsideración, pues si una franja más o menos amplia de los usuarios que intervienen en el foro disienten o controvierten el punto de vista del columnista o su integridad ética, entonces pueden surgir múltiples interrogantes: ¿a quién representa el columnista? ¿A sí mismo? ¿A una corriente política o de opinión determinada? ¿A un grupo privado de interés? ¿A la institución mediática? ¿Al gobierno? ¹³⁹

Lo anterior ayuda a levantar el velo de un artificio ideológico, pues revela o desnuda los entretelones del funcionamiento de la opinión pública en nuestra sociedad. Y pone de presente la dialéctica del foro de los lectores, ese espacio virtual en el que el *yo* del columnista (expresado en su texto de opinión) se confronta con el *yo* y *el nosotros* de los usuarios, a través de los comentarios de los lectores. Y en el que los usuarios se interpelan mutuamente, a menudo dejando en segundo plano al columnista.

En la prensa en soporte de papel, se ponía en escena el monólogo de los columnistas de opinión y de los editorialistas, lo que Evans (2008) - en un contexto más general- denomina su voz *oracular*. El columnista se sentía autorizado para decir la última palabra sobre el asunto en discusión. Con la aparición de los sitios Web de los medios periodísticos, el columnista de opinión continúa siendo una voz reconocida y valorada, pero ya no está solo, no es el único con derecho a tener voz. Se alcanza a escuchar a través de la interfaz del foro del lector el vocinglerío de los usuarios, quienes en opinión de algunos columnistas muy apegados a su antiguo rol, no saben leer ni escribir ni argumentar con seriedad.

De este modo se *amplía y se tensiona el espacio público mediatizado* con innumerables voces inéditas, que a menudo los miembros de la cultura letrada descalifican como salvajes, incultas, maleducadas, rústicas, groseras, toscas, estridentes y patéticas.

En cierto modo, la figura del columnista de opinión es una supervivencia de la prensa en soporte papel que heredaron los sitios Web digitales, y una vez inserta en ese espacio

¹³⁹ Cuando el veterano periodista y columnista colombiano Javier Darío Restrepo explicó a los lectores de *El Colombiano* las razones que motivaron su exclusión de las páginas editoriales de ese medio en mayo de 2009, luego de 17 años de publicación de su columna, puntualizó: “Estas directivas, los lectores y yo, sabemos que es un derecho del periódico escoger su nómina de columnistas y que después de tantos años de ocupar el mismo espacio puede suceder, o que el inquilino llegue a ser de la casa, y hablar, pensar y actuar como los de casa. O que resulte un huésped incómodo, de esos cuya salida se contempla periódicamente. Fue mi caso y por eso veo innecesaria la mentira piadosa y protocolaria de “la reorganización de nuestras páginas”. Todos sabemos que mi visión de los hechos políticos no fue la de la casa y por eso se suspende esta columna”. Citado por: (López de la Roche, 2014)

virtual se ponen en evidencia las tensiones y desajustes que hemos analizado. Por su parte, la figura del *blogger* se integra de modo más coherente y fluido con el ciberespacio, estableciendo desde el comienzo un tipo de relación horizontal y dialógica con los usuarios. El bloguero trata de moderar conversaciones con sus usuarios, y no solo de dar a conocer sus monólogos.

Más allá de la constatación empírica acerca de la abundancia relativa de los insultos y ataques personales en los foros de los lectores- pese a las normas y reglamentos de los usuarios que proscriben el uso de estos actos de habla de naturaleza ofensiva en ese espacio-, nos hemos interesado en esta investigación por explorar las conexiones entre los insultos y las diversas culturas políticas en las que se inscriben los usuarios/lectores, así como en develar las funciones políticas y pragmáticas de tales desaguizados.

En este orden de ideas, hemos encontrado que si bien hay una fuerte correspondencia entre el uso indiscriminado y frecuente del insulto político y la cultura política autoritaria, esta práctica discursiva también permea a los usuarios que se adscriben a las culturas políticas de la protesta y la resistencia. El *insulto político* es utilizado de modo recurrente por los diversos agentes políticos, con el fin de restarle iniciativa política al adversario y galvanizar las propias fuerzas de apoyo en la contienda por alcanzar el respaldo mayoritario de la opinión pública.

En el caso colombiano, *la polarización de las opiniones* en los foros de los lectores no solo revela las disputas entre vertientes políticas de signo autoritario o resistente, sino también las grietas y fracturas entre sectores de la cultura política autoritaria, que hoy en día se expresan como un duelo encarnizado entre *uribistas* y *santistas*, quienes pasaron de ser socios en un proyecto hegemónico de poder hace algunos años a furiosos competidores por el respaldo del electorado.

En ese estado de polarización política en ascenso, la esfera pública se desdobra en medio de los intereses en pugna, se desdibuja la ilusión de contar con una suerte de *voluntad general* que se asiente en intereses compartidos y sirva de fundamento para la construcción de *consensos racionales* de alcance general, y lo que prevalece es la disputa simbólica por la hegemonía política.

Durante coyunturas especiales como la del amplio movimiento estudiantil universitario de 2011, el interés de los jóvenes universitarios por incidir en el debate público en torno a sus reclamos de autonomía y gratuidad de la educación superior, introdujo

bocanadas de aire fresco al espacio de los foros y propició intercambios dialógicos entre los foristas, que sacudieron las rutinas de la mutua descalificación y el *diálogo de sordos* en el que a menudo naufragan estos espacios de deliberación.

5.6 Nuevo género discursivo de los usuarios

El comentario del lector, o comentario *on line* del lector (*user comment, reader comment*), reúne las características típicas de un enunciado: unidad de sentido, conclusividad, inserción en una cadena adscrita a una esfera dada de la comunicación, entre otras.

Sin embargo, si examinamos la *estructura del comentario*, así como sus rasgos de estilo, lo que prima es la *heterogeneidad*. Por lo tanto, no estaríamos en condiciones de postular un esquema o estructura común al cual se atuvieran todos o la mayor parte de los comentarios de los lectores.

Una de las características más distintivas del comentario del lector es la *heterogeneidad de las matrices de cultura* que se advierten en su superficie: matrices orales, audiovisuales, electrónicas, escritas, etc. En contraste con la columna de opinión que no oculta su derivación de las tradiciones de la cultura letrada y de su matriz racional-iluminista, el comentario del lector se nutre de diversas matrices y, en particular, de la cultura oral.

Al examinar el comentario del lector, podemos identificar algunos *rasgos comunes*: supone la existencia previa de un discurso/texto de otro sujeto, el columnista; no tiene una estructura única ni uniforme, sino muy variada; el comentario es un *enunciado* que implica una toma de posición subjetiva del lector, ya sea una opinión, una reacción emotiva o, lo que es más típico, una combinación de ambas; su extensión, o su eventual multimodalidad son variables y están en parte predeterminados por las posibilidades y restricciones que ofrece la interfaz del foro de lectores en cada sitio web (y ahora en las redes sociales).

La existencia de los referidos rasgos comunes del comentario del lector en cuanto enunciado- pese a la diversidad de formas y estilos que lo caracterizan- es lo que nos permite concluir que se constituye en un *nuevo género discursivo de los usuarios, de naturaleza opinativa o persuasiva, propio de la cultura digital*.

5.7 Digresión sobre las nuevas funciones de la retórica contemporánea

¿Por qué hoy nos resulta incompleta e insuficiente la definición de la retórica de Perelman (1997), que se resume en la búsqueda de la adhesión a la tesis del orador por parte del auditorio, a partir del despliegue de recursos orientados a conseguir la persuasión y el convencimiento?

Para responder a este interrogante, hay que apelar a la historia. Inicialmente, debemos examinar el contexto social y político en el que surgió la retórica antigua en Grecia y Roma: la clase entera de los esclavos, así como el conjunto de las mujeres, no tenían derecho a participar en el espacio público. Luego, de la mano de Habermas (1997), podemos seguir la génesis de la publicidad burguesa en el seno de la alta edad media, de la sociedad feudal y estamental (la cual contaba con una *publicidad representativa* a su servicio), la formación de un espacio público privado de burgueses (reunidos como propietarios y como ciudadanos), los cuales formaban una opinión común a partir del raciocinio colectivo en los espacios de los cafés, los clubes de lectura, las tertulias. Disponer de propiedad privada y de competencias culturales lectoras, eran requisitos ineludibles para pertenecer a estos espacios de socialidad y participar de las discusiones que tenían lugar en su interior.

Así estaremos en condiciones de poder seguir la trayectoria de la ampliación progresiva del espacio público a partir de la revolución francesa, a lo largo del siglo XIX, que incluye las luchas por la reforma electoral en la segunda mitad de esa centuria, a fin de permitir el derecho al voto a capas crecientes de ciudadanos- capas medias, sectores de trabajadores, y posteriormente mujeres y grupos raciales.

El espacio público en la era antigua- Grecia y Roma- en la medida que involucraba al grupo de los ciudadanos libres y excluía a los esclavos y a las mujeres en el ámbito definido de una *polis*, podía gozar de una cierta y relativa *homogeneidad*; pero en cuanto el desarrollo histórico moderno incorpora a la esfera pública a capas crecientes de la sociedad anteriormente excluidas, el espacio público se torna *heterogéneo*, emerge en su interior la *pugnacidad* propia de la sociedad escindida, la lucha simbólica y la lucha política entre grupos sociales dominantes y grupos resistentes o contrahegemónicos¹⁴⁰.

¹⁴⁰ Si bien Habermas (1997), en el conocido Prefacio a la nueva edición alemana de 1990 de su libro *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, se autocrítico por haber subestimado el estudio de la *publicidad plebeya* que surge tempranamente, considerándola un subproducto menor de la publicidad burguesa, y por no haber tratado con rigor la cuestión de la exclusión

Así las cosas, el planteo de la función de la retórica como la búsqueda de la persuasión y el convencimiento del auditorio, podía haber sido un concepto pertinente y válido en el contexto de un espacio público más o menos homogéneo como el antiguo; pero cuando surge la *heterogeneidad y conflictividad en el espacio público* durante el siglo XIX- y a todo lo largo del siglo veinte y lo que va corrido del veintiuno-, las funciones de la retórica se complejizan.

Conceptos como los de *diálogo de sordos*, *ruptura cognitiva* y *argumentativa* (Angenot), *negociación de la distancia y de la identidad* (Meyer), *violencia simbólica* (Bourdieu), *control y exclusión del discurso* (Foucault), aportan renovados enfoques y visiones que dan cuenta de la complejidad del espacio público contemporáneo.

Desde mi punto de vista, son dos las funciones principales de la argumentación y la retórica en nuestro tiempo, en el ámbito de las luchas políticas: de un lado, como sostiene Meyer, “negociar la distancia y la identidad”, que en nuestras palabras sería demarcar las diferencias, identificar a los adversarios; de otro lado, y en forma simultánea, procurar el establecimiento de alianzas y apoyos- persuadir y convencer- , a fin de aumentar la correlación de fuerzas sociales y políticas para participar con éxito en la disputa política y la lucha social, entre aquellos grupos sociales y miembros del público con los cuales es posible articular intereses comunes en el corto plazo, o en el mediano y largo plazo.

La operación retórico-discursiva, en nuestros tiempos, es doble, bifronte, porque el diferendo se resuelve ante todo por la correlación de fuerzas que despliega cada actor y la legitimidad social y política que consiga para su causa.

de las mujeres de esa misma publicidad, no es menos cierto en que en ese texto describió y analizó algunas importantes transformaciones en la esfera pública burguesa derivadas de la emergencia de las clases subalternas en los siglos XIX y XX.

Bibliografía

- ACEBEDO R., J. C.; (2008). El apetito de la injuria: libelo, censura eclesiástica y argumentación en la prensa del Huila (1905-1922). Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana.
- ACOSTA, G. L. ;(2012). Espacios para la opinión del lector en la prensa digital en Colombia: entre la paranoia y la histeria. En: El lenguaje en Colombia. La realidad lingüística de Colombia. (págs. 279-293). Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- ALBORNOZ, L. A.; (2007). Periodismo digital. Los grandes diarios en la red. Buenos Aires: La Crujía.
- ALVAREZ, S., DAGNINO, E., & ESCOBAR, A.; (2001). Introducción: lo cultural y lo político en los movimientos sociales latinoamericanos. En VV.AA, A. ESCOBAR, S.
- ALVAREZ, & E. DAGNINO (Edits.), Política cultural & Cultura política. Una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos (págs. 17-48). Bogotá, Colombia: Taurus.
- AMOSSY, R.; (2011). La présentation de soi. Ethos et identité verbale. París: PUF.
- ARISTOTELES. ;(2007). Retórica. (Q. Racionero, Trad.) Barcelona: Gredos.
- AUSTIN, J. (1981). Cómo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones. Barcelona: Paidós.
- BACHMANN, I., & HARLOWL, S. ;(2011). Opening de gates: Interactive and multimedia elements of newspaper websites in Latin America. Recuperado el 4 de abril de 2011, de <http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/BachHarlow2011.pdf>
- BAJTIN, M.; (2005). Estética de la creación verbal. México. D.F.: Siglo Veintiuno editores.
- BENJAMIN, W.; (1975). El autor como productor. Madrid: Taurus.
- BENJAMIN, W.; (2009). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En W. Benjamin, Estética y política (T. J. Bartoletti, & J. Fava, Trads., págs. 83-133). Buenos Aires: Las Cuarenta.
- BETTENDORFF, P. A.; (2011). Reseña: La présentation de soi. Ethos et identité verbale, Amossy,R. (2010). Rétor , 1 (1), 104-112.
- BOLIVAR, A. (2008). "Cachorro del imperio" versus "Cachorro de Fidel": los insultos en la política latinoamericana. Discurso y Sociedad , 2 (1), 1-38.

- CABRERA PAZ, J.; (2009). Convergencias: tecnologías del contacto. En Varios, *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (págs. 263-276). México: Anthropos-UAM.
- CARO CASTAÑO, L. (2012). Identidad mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Telos* (91), 59-91.
- CASTELLS, M. ;(2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M.; (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHARAUDEAU, P.; (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- CHARTIER, R. ;(2008). *Escuchar a los muertos con los ojos*. (L. Fólca, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Katz.
- CHILTON, P., & SCHAFFNER, C.; (2000). *Discurso y política*. En T. A. VAN DIJK (Ed.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso* (Vol. II, págs. 297-329). Barcelona: Gedisa.
- CORTES, M. T., & MORALES ALVAREZ, J.; (2007). *Aproximación discursiva al desarrollo de las competencias comunicativas en la formación del periodista*. Neiva: Universidad Surcolombiana/Vicerrectoría de Investigación.
- DOWNES, E., & MACMILLAN, S.; (2000). *Defining interactivity: a qualitative identification of key dimensions*. *New media & Society* , 3 (2), 157-179.
- FOUCAULT, M.; (2008). *El orden del discurso* (Cuarta edición ed.). (A. G. Troyano, Trad.) Barcelona: Tusquets.
- FRANCO, G.; (2009). Los interrogantes que hay detrás del problema de los comentarios de los usuarios en los sitios Web. En G. Franco (Ed.), *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe* (págs. 69-75). Austin: Centro Knight para el periodismo de las Américas en la Universidad de Texas.
- GARCIA CANCLINI, N.; (2009). Los campos culturales en la era de convergencia tecnológica. En Varios, *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (págs. 277-286). México: Anthropos-UAM.
- GOMEZ GIRALDO, A. L. ;(1993). *Argumentos y falacias*. Santiago de Cali: Editorial Facultad de Humanidades Universidad del Valle.
- GRAMSCI, A.; (2005). *Antología*. México: Siglo XXI.

- GUTIERREZ GIRARDOT, R.; (1986). Universidad y sociedad. Argumentos (14,15,16,17), 63-76.
- HABERMAS, J.; (1997). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública (Quinta edición ed.). (A. Doménech, Trad.) Barcelona: G.Gili.
- HEETER, C.; (1989). Implication of new interactive technologies for conceptualizing communication. En J. Salvaggio, & J. Bryant (Edits.), Media use in the information age: emerging patterns of adoptions and consumer use. New Jersey: Hillsdale.
- JENKINS, H.; (2008). Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós Ibérica.
- KIOUSIS, S.; (2002). Inreractivity: a concept explication. *New media & Society* , 4 (3), 355-383.
- LEON, J.; (2011). La Silla Vacía. Eighth ways the Internet changes the way we think about the news. *Harvard Review of Latin America* , X (2), 39-40.
- LLANO ARISTIZABAL, S.; (2005). Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano. *Palabra Clave* (12), 113-127.
- LOPEZ DE LA ROCHE, F.; (2014). Las ficciones del poder. Patriotismo, medios de comunicación y reorientación afectiva de los colombianos bajo Uribe Vélez (2002-2010). Bogotá: Iepri, Debate.
- MANCERA RUEDA, A.; (2009). Manifestaciones de descortesía y violencia verbal en los foros de opinión digitales de los diarios españoles. *Discurso & Sociedad* , 3 (3), 437-466.
- MARTIN BARBERO, J.; (2008). Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas. (J. I. Gómez, Ed.) *Comunicar* , XV (30), 15-20.
- MARTIN BARBERO, J.; (2003). De los medios a las mediaciones (Quinta ed.). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- MEYER, M.; (1993). Cuestiones de retórica. Lenguaje, razón y seducción. (R. Marafioti, Trad.) París: Le Livre de Poche.
- MEYER, M.; (2004). La Rhetorique. Paris: Puf.
- MONTAÑA, S., GONZALEZ, V., & ARIZA, C.; (19-21 de Septiembre de 2012). Ciberodio en los comentarios de las noticias en línea en Colombia. El caso de Piedad Córdoba. Memorias del V Congreso Latinoamericano de Opinión Pública-Wapor Colombia 2012 . Bogotá, Colombia: Wapor, Universidad Externado.

- NOBLIA, M. V.; (2009). Modalidad, evaluación e identidad en el chat. *Discurso y Sociedad* , 3 (4), 738-768.
- OFFITZER, A.; (29 de Mayo de 2014). The future of comment sections: moderated and annotated? (A. J. Review, Editor) Recuperado el 5 de junio de 2014, de www.Ajr.org: <http://ajr.org/2014/05/29/future-comment-sections-modareted-annotated/>
- OROZCO GOMEZ, G.; (2009). Entre pantallas,nuevos escenarios y roles comunicativos de sus audiencias-usuarios. En Varios Autores, *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (págs. 287-296). México: Anthropos-UAM.
- PERELMAN, C.; (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación.* (A. L. Gómez, Trad.) Santafé de Bogotá: Norma.
- PERELMAN, C., & OLBRECHTS-TYTECA, L.; (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica.* Madrid: Gredos.
- PLANTIN, C. (2010).; Sin demostrar ni emocionar(se). En R. Marafioti, & C. Santibáñez Yañez (Edits.), *Teoría de la argumentación. A 50 años de Perelman y Toulmin* (págs. 171-180). Buenos Aires: Biblos.
- RAFAELI, S., & SUDWEEKS, F. (1997). Networked interactivity. *Journal of Computer Mediated Communication* , 2 (4).
- RAIMUNDO ANSELMINO, N.; (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación.* Buenos Aires: Teseo.
- ROST, A.; (2012). Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. En VV.AA, *Cartografía del periodismo participativo. Estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina,Colombia,España,Estados Unidos, Israel, México, Perú,Portugal y Venezuela* (págs. 13-36). Valencia: Tirant Humanidades.
- RUIZ, C., DOMINGO, D., MICO, J. L., DIAZ-NOCI, J., MESO, K., & MASIP, P. ;(2011). ¿Public Sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in online newspapers. *The International Journal of Press and Politics* , 16 (4), 463-487.
- RUIZ, C., MASIP, P., MICO, J. L., DIAZ-NOCI, J., & DOMINGO, D. (2010). *Conversación 2.0 y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana.* *Comunicación y Sociedad* , XXIII (2), 7-39.

- SCHULTZ, T. (2000). Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email. *Media, Culture & Society* , 22 (2), 205-221.
- SCOLARI, C.; (2004).; *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- SCOLARI, C. (2008).; *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.
- SEARLE, J.; (1980). *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- TOULMIN, S. (2007). *Los usos de la argumentación*. Barcelona: Ediciones Península.
- VERON, E. (2012). *La mediatización, ayer y hoy (Prólogo)*. En M. CARLON, & A. FAUSTO NETO (Edits.), *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación* (págs. 9-15). Buenos Aires: La Crujía.
- VOLOSHINOV, V. N. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. (T. Bubnova, Trad.) Buenos Aires: Ediciones Godot.
- VV.AA.;(2000). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. (T. A. Van Dijk, Ed.) Barcelona: Gedisa.
- VV.AA.; (2004). *La argumentación hoy. Encuentro entre perspectivas teóricas*. (M. Doury, S. Moirand, Edits., & P. Olmos, Trad.) España: Montesinos.
- ZUÑIGA, D., & DUQUE SOTO, A. E. (2009). *Las herramientas interactivas de dos diarios colombianos*. *Signo y Pensamiento* , XXVIII (54), 330-340.