

# 4. Los *vecinos gráficos* en los periódicos barriales de Buenos Aires<sup>1</sup>

FABIANA GODOY DI PACE

*Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad mediatizada  
Año IV, # 9, Primer semestre 2013  
Buenos Aires ARG | Págs. 61 a 71

61

En este artículo se presentan algunos resultados de una investigación que se centró en el análisis discursivo de las tapas y editoriales de catorce periódicos barriales de la C.A.B.A. durante el período Febrero-Agosto de 2009. El objetivo es describir algunos de los rasgos que sellan el contrato de lectura que estos periódicos proponen a sus lectores y describir el enunciatario *vecino* que construyen. En un contexto de convergencia mediática, estas publicaciones desafían a las nuevas tecnologías y proponen una manera de acceder a la información local al margen de la digitalización.

*Palabras clave: periódicos barriales ~ enunciatarios ~ papel ~ contexto*

The current work was focused on the analysis on covers and editions on covers of a semester of 14 local papers with the aim of describing the rhetorical and thematic marks that seal its contract of reading, understanding what kind of enunciatee they are directed to. The enunciatee is mainly reflexive, critical and analytical but also impotent, resigned, because the governors do not listen to him, reason why they choose local papers. In a political and economical context of mediatic convergence and concentration, these ways of connecting beyond Internet, challenge the new technologies and propose reading agreements that, in the future, after constant computerization of the youth, can be out of use or survive in order to access to the information beyond digitalization.

*Key Words: local newspapers ~ enunciatees ~ paper ~ context*

---

1 Se presenta aquí una breve síntesis de los resultados obtenidos en mi Tesis de Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales – UBA cuyo título fue precisamente *Vecinos gráficos: enunciatarios de periódicos barriales de la C.A.B.A.* y que fue aprobada en el 2012.

# 1. Introducción

Este trabajo es producto de un análisis discursivo de los contratos de lectura de las tapas y editoriales de catorce periódicos barriales de la C.A.B.A.<sup>2</sup>. Uno de sus objetivos principales fue describir las figuras de vecino que se construyen en ellos así como los modos en que aparece el barrio y sus problemas. También se intentó observar el tipo de periodismo que se pone en juego, por ejemplo: ¿las temáticas propuestas son específicamente barriales o también se abocan al acontecer nacional?

Para describir los rasgos que sellan su contrato de lectura y comprender a qué tipo de *lector-vecino* se dirigen, se ha elegido un conjunto compuesto por catorce periódicos barriales impresos, inscriptos en el Registro de Medios del Gobierno de la C.A.B.A., seleccionados al azar durante seis meses del año 2009 (de marzo a agosto) con el criterio de cubrir el espectro geográfico del alcance de su tirada en la CABA. Los periódicos analizados son en su mayoría independientes, pero algunos se encuentran inscriptos en el Registro de Medios Vecinales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires<sup>3</sup>.

En un contexto de convergencia mediática, los periódicos barriales se convierten en un objeto de interés porque proponen pactos de lectura que posiblemente en el futuro, por el avance de la informatización, podrán caer en desuso o continuar vigentes como supervivencia de una manera de acceder a la información al margen de la digitalización.

62

## 2. Convergencia económica / mediática: la especificidad de los periódicos barriales.

Desde las últimas décadas del siglo XX hasta la actualidad se vino dando en los medios de la Argentina una incorporación intensiva de tecnología, así como una concentración en la propiedad de los medios a partir “[d]el arribo de cuantiosas inversiones de capital financiero internacional [...] [que] termin[aron] con la administración ‘artesanal’ de los medios de comunicación en poder de propietarios nacionales” (ALBORNOZ, HERNANDEZ, MASTRINI, POSTOLSKI, 2000). Ambos procesos posibilitaron la conformación de los, por aquel entonces dos grandes conglomerados mediáticos: el grupo Clarín y el tandem CEI Citicorp Holdings – Telefónica Internacional S. A. (TISA). LUIS ALBORNOZ (2003) señala que la industria de la prensa se ha ido concentrando e integrando amenazando la existencia de la empresa familiar atomizada que pierde ventas y anunciantes.

---

2 Verón, Eliseo (1985). El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Médias: Expériences, recherches actuelles, applications*. IREP, París.

3 Dentro de los periódicos independientes analizamos: *Cosas de Barrio* (Ricardo D. Nicolini; Liniers), *Flores de papel* (Roberto P. D’Anna), *Alerta Militante* (Gabriel Santagata; San Telmo, Constitución, Montserrat), *La gaceta del Retiro* (Pedro J. Constenla; Retiro y Microcentro), *ABC* (Arnaldo Goenaga; Almagro, Caballito y Boedo), *Noticiero Sur* (Víctor J. Del Vento Grela; Villa Riachuelo, Soldati, Nueva Pompeya, Parque Patricios, Mataderos, Parque Avellaneda, Celina, Lugano), *Desde Boedo* (Mario Horacio Bellocchio) y *Tiempo de Belgrano* (Ricardo Salvatierra y Miguel Cataudella; Belgrano).

Por otro lado, los procesos de información y la propia actividad periodística se han visto afectados por el desarrollo de las nuevas tecnologías generadoras de nuevas mediatizaciones y el despliegue de las redes sociales que vienen cuestionando el lugar de los medios masivos en la producción de la información. Las tensiones generadas por la aparición de *wikileaks*, y las nuevas relaciones que se evidencian entre *broadcasting* y *networking* muestran que este proceso está sólo en sus comienzos (FERNÁNDEZ ET AL 2012).

En ese contexto mediático de concentración y convergencia subsisten, sin embargo, en la ciudad de Buenos Aires, como en muchas otras, los periódicos barriales. Ellos, en su mayoría, se mantienen en apariencia al margen de dicha lógica económica y empresarial porque son de distribución gratuita y no dependen tanto de los anunciantes en la medida en que, con la nueva ley 2587/07<sup>4</sup>, el Gobierno de la CABA debería colocar pauta oficial<sup>5</sup>.

De todos modos, según Ariel Rosales, presidente de la Co.Me.Ci (Coordinadora de Medios de la Ciudad de Buenos Aires), una subordinación del presupuesto de los diarios barriales a las decisiones del *emporio periodístico*<sup>6</sup>, debido a que la pauta que reciben resulta de aplicar el valor más bajo del espacio publicitario de la página 7 del diario de mayor tiraje nacional. Desde este punto de vista, los periódicos barriales, no escaparían plenamente de la lógica de la concentración económica y mediática sino que estarían insertos en los bordes de su dinámica.

63

A esto se suma que a pesar de sus prácticas periodísticas precarias, los periódicos barriales comparten con los periódicos de gran tirada el ser medios que *comentan y opinan* más que *informan* en el sentido que señala FURIO COLOMBO (1997, p. 200) “hoy se lee después, para comentar y entender lo que ya se sabe, lo que ya se conoció por medio de la televisión o la radio”. La función de los diarios en el actual sistema de medios no sería, en este sentido, tanto informar como comentar lo ocurrido, en el caso de los periódicos barriales esto se acentúa porque son de publicación mensual.

Teniendo en cuenta ese marco general podemos preguntarnos, ¿dónde radica la especificidad de los periódicos barriales? ¿Es sólo una especificidad de extensión?

La primera gran diferencia la encontramos por supuesto en su tirada. Los diarios vecinales tienen una tirada promedio de entre 2.000 a 5.000 ejemplares mensuales y

---

4 <http://www.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/Leyes/anexos/dr12587.html>

5 Ello implica pagarles el 4% de la página 7 de Clarín a los 73 medios que están inscriptos en el Registro de Medios vecinales (resolución Nro. 410/SCS/08). De esta forma, cubrirían el costo del papel. Hasta el momento se han regido por la Ordenanza 52.360 con la Reglamentación 796/2002. Ésta exige no superar el límite del 50 por ciento de publicidad, que los medios estén anotados en el Registro de la Propiedad Intelectual, y que tengan un año de antigüedad.

6 <http://periodicovas.com/contrariando-el-espiritu-de-la-nueva-ley-de-medios-macri-entrega-la-pauta-publicitaria-de-la-ciudad-a-clarin/>  
[http://www.frecuenciazero.com.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=513%3Amacri-acordo-con-clarin-el-manejo-de-la-pauta-publicitaria-de-la-ciudad&catid=43%3Ageneral&Itemid=139&lang=es](http://www.frecuenciazero.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=513%3Amacri-acordo-con-clarin-el-manejo-de-la-pauta-publicitaria-de-la-ciudad&catid=43%3Ageneral&Itemid=139&lang=es)  
<http://www.comeci.org.ar/?paged=2>

se distribuyen en forma precaria. Sus editores propietarios son monotributistas y la mayoría de los colaboradores, *ad honorem*. Pero más allá de esto, existe para nosotros otra diferencia que hace a su especificidad que está ligada a la manera en que se da el contrato de lectura con sus lectores y se construye la figura del vecino y el barrio.

### 3. Los contratos de lectura de los periódicos barriales

Por supuesto que no podemos en un artículo de esta extensión describir las características de cada uno de estos periódicos, aunque conviene dejar registrado que se trata de publicaciones estilísticamente muy diferentes entre sí. Realizando un análisis enunciativo de las tapas y editoriales de los diarios barriales pudimos circunscribir las siguientes modalidades de contratos de lectura:

#### 3.1. El crítico popular con énfasis en lo local

Este tipo de contrato es el que posee la mayor cantidad de publicaciones que integran nuestro corpus. Más precisamente, en nueve de los catorce periódicos: *Noticiero sur*, *Flores de papel*, *Cosas de Barrio*, *Tras cartón*, *Todo Paternal*, *El Periódico de Villa Pueyrredón*, *Sur Capitalino*, *El periódico de la gente*, *Villa Crespo mi barrio*.

64

Lo denominamos crítico porque se erige como *cuestionador hacia las autoridades* y *popular* por la selección temática y retórica. Construye un enunciatario víctima de la mala gestión política que se dirige a un enunciatario que también es víctima de la misma inoperancia. Su modo de apelación suele realizarse por la parodia generando un vínculo cómplice porque se sufren las mismas injusticias y, al mismo tiempo, se comparten presupuestos que permiten criticar el accionar del político. Ambas posiciones enunciativas se figuran como testigos contestatarios y combativos, populares y nostálgicos, que reflexionan sobre las problemáticas que vivencian los vecinos.

La figura dominante del *crítico popular* prevalece a partir de las contaminaciones *sociolectales*, los juegos de palabras, las figuras retóricas y la intertextualidad que contribuye a la complicitad. Por ejemplo, *Noticiero sur* se acerca más al estilo de diario popular en la organización caótica de los contenidos (STEIMBERG, 1997), así como también en el léxico. El lenguaje no es cuidado, sino plagado de contaminaciones sociolectales de sectores bajos. Los titulares *andean* las fotografías dispersas desordenadamente en la totalidad de la página, proponiendo una suerte de lectura *zapping* aleatoria sin dejar lugar a ningún espacio en blanco. El desorden suele generar cambios de tapa en tapa. Son característicos los juegos verbales: (“La alegría es solo fortinera”), las contaminaciones de la oralidad (“Un ‘senior’ trabajando por la mutual...”, “La PUIA que lo tiró”), las ironías: (“¿Felices fiestas?”, “¡No te paró! ¡Qué te paró!”), las figuraciones gastadas (“Tiempo de sembrar”), la intertextualidad explícita (“Luces y sombras”, “La vergüenza de haber sido y el dolor de ya no ser”) y los juegos visuales (p.ej. los reyes mayos insertados en una marcha piquetera, un dinosaurio saliendo de un charco en una calle del barrio).

En los usos de la imagen, hay trucajes en las fotografías que las llevan a correrse del realismo, caer en arcaísmos e incluirse dentro del fantástico. La nota “¿Felices fiestas?” introduce la voz en tono de ironía sobre el Bloque Piquetero: “Nosotros no existimos”, dice un Papá Noel inserto en una marcha de protesta. La nota “¿El sur también existe?” (Marzo, 2009) brinda una breve reseña histórica sobre algunas de las instituciones del barrio que luchan por el “progreso”: el Club de Leones, Foro de la Memoria de Pompeya y Agrupación Coral “Mano Blanca”. Éstas cumplen la tarea de *suplir las necesidades* de los vecinos y construir un Servicio de Oncología en el Hospital Penna.

Asimismo se pueden observar festejos y logros de personajes barriales, tanto como críticas en relación con el área edilicia, espacios públicos, salud y educación. Se percibe la impotencia ante la falta de escucha de reclamos por parte de los funcionarios de turno. Se enfatiza lo oriundo, lo autóctono, la pertenencia al barrio. Imperan el malestar, el descontento y la crítica política. Se trata en síntesis de un enunciario popular, orgulloso de lo barrial, que disfruta de la parodia y comparte valoraciones desde la impotencia y el reclamo.

### 3.2. El serio evocador del pasado

- 65 Este tipo de contrato se lo puede encontrar en los periódicos *ABC*, *La gaceta del Retiro* y *Desde Boedo*. En él se construyen enunciadore y enunciatarios no cuestionadores del *statu quo* que gozan de la belleza en lo paisajístico y lo edilicio. Las reflexiones contemplativas y nostálgicas que se desarrollan en el están dirigidas al *vecino porteño* más que al *vecino del barrio* y éste es configurado a partir de un léxico predominantemente *neutral*, desprovisto de figuras y marcas de la enunciación, con abundancia de titulares y enunciados asertivos. El lenguaje es cuidado y serio, sin contaminaciones sociolectales. La figuración es escasa. La fotografía es mostración o descriptiva<sup>7</sup>.

Por ejemplo, el periódico *ABC*, al ser menos escrito y con mayor peso de las imágenes, brinda un efecto de álbum: el tipo de foto la denominaremos *postal urbana*. Y por momentos aparece en un primer plano la función emotiva<sup>8</sup>. El vecino enunciatario es un sujeto contemplativo, más identificado con ser miembro de la población porteña en su conjunto, que de la circunscripta comunidad barrial.

El enunciadore niega el conflicto a partir de su silencio, y es confirmatorio del *statu quo* tranquilizador a través de una mirada descriptiva sin trucajes, con puntos de vista normales o con detalles y ciertas marcas *idealizantes*. Con el uso del blanco y negro, se idea-

7 Como resultado del cruce entre signo, objeto e interpretante (índice/ícono, entidad/ estado de hecho y temporalidad/espacialidad), Schaeffer J.M (1990) discrimina ocho tipos de dinámicas receptivas: señal y protocolo de experiencia (con temporalidad indicial, función de “prueba”); descripción y testimonio (con espacialidad indicial, función “analógica”); recuerdo y rememoración (con temporalidad icónica, función “reflexiva”); y, finalmente, presentación y mostración (con espacialidad icónica, función “ilustrativa”).

8 Roman Jakobson (1985) propone un esquema comunicacional en el cual distingue: destinatador, destinatario, mensaje, contexto, código y canal. Cada uno de estos factores origina seis funciones del lenguaje: emotiva, apelativa, poética, referencial, metalingüística y fática. En la función emotiva, por ejemplo, se pone el énfasis en la comunicación en el destinatador, con toda su carga emotiva. Ello se observa en el uso de interjecciones, adjetivaciones, exclamaciones y uso de primera persona.

liza el pasado y se *petrifica* un presente sin problemas en postales para la rememoración ciudadana. El léxico es predominantemente neutral, desprovisto de figuras y marcas de la enunciación; cuenta con enunciados asertivos, abundancia de titulares y carece de marcas de subjetividad. Es decir, se apoya en enunciados *objetivos*.

El texto escrito es breve y se limita a titulares que anclan las fotografías ilustrativas de paisajes urbanos en calidad de prueba de que *todo en la ciudad está bien y funcionando en orden*. Pero de tanto en tanto lo poco escrito se inscribe fuertemente en la función emotiva o expresiva (¡Feliz comienzo de clases!). Este rasgo, sumado al tipo de construcción de las imágenes, genera un efecto de álbum brindado por un enunciador nostálgico e idealizador. El tipo de imágenes (fotos, bocetos, cuadros) remiten con aires nostálgicos al universo de las postales idealizadoras del pasado o cristalizadoras de un presente a rescatar como constructor de la identidad porteña.

El barrio aparece como representativo de *lo porteño* más que como marca distintiva local en tanto las imágenes traspasan el barrio. La cuestión edilicia y los paisajes urbanos son predominantes a través de una mirada tranquilizadora y confirmatoria de un statu quo a consolidar, que funciona bien y no se pretende cambiar. No se tematizan conflictos. Se acentúa la belleza de las construcciones, edificios y espacios públicos en planos generales, lo histórico aparece como una invitación a reflexionar sobre la identidad nacional actual.

66

Este enunciador parece compartir con su enunciatario una posición contemplativa que valora la expectación de la ciudad. Mediante un orden racionalista que se mantiene constante, por momentos aparecen citas de autores consagrados y, por otros, se hace presente la función emotiva y una crítica al presente político con evocación a un pasado mejor. En la mayoría de los casos, el enunciatario se figura como interesado de manera seria por temas coyunturales barriales y porteñas rememorando el pasado.

### 3.3. El culto cuestionador

Por último, en menor medida, se ubican los perfiles de enunciatarios *cultos* que proporcionan cuestionamientos a las autoridades de manera más *seria* o cercana al *periodismo serio*. Se lo detecta tanto en *Alerta Militante* como en *Tiempo de Belgrano*.

En estos periódicos se puede observar un estilo periodístico desprovisto de figuras retóricas que remitan a lo literario o a la complicidad. Se rescatan las voces de los entrevistados en enunciados referidos, preguntas disparadoras y titulares en tercera persona y tiempos pasados conformando una modalidad periodística que cultiva una especie de grado cero del lenguaje. El enunciador brinda cuantificaciones, casi no apela a subjetivemas, no hay humor, insultos, ironías ni doble sentidos. No hay juegos de palabras ni visuales.

El enunciador *culto cuestionador* traspasa los límites barriales. Se preocupa por los grandes temas serios como la pobreza, el desempleo, la falta de vivienda, así como el funcionamiento del espacio público y las formas de esparcimiento culturales alternativas.

El enunciador posee una mirada política crítica de izquierda preocupada por los menos favorecidos. Se construye, a través de los sintagmas lingüísticos, un enunciador descriptivo que anuncia esos males y que, al hacerlo, toma partido en la selección misma. En estos enunciados lingüísticos, hay cierto efecto de objetividad-informacional, como el periodismo serio del cual hablan Steimberg, O. y Traversa, O. (1997) el enunciador busca racionalidad y neutralidad en su vocabulario, desprovisto de subjetivismas que no estén cristalizados o que no formen parte de los clichés periodísticos usuales -extranjeros “ilegales”, “situación de calle”, “es un despropósito”-, mientras da cuenta de hechos novedosos y curiosos, sin contaminaciones sociolectales.

Como síntesis estilística, estas publicaciones buscan acercarse a la neutralidad. Por ejemplo, *Alerta Militante* construye un enunciador que se borra por momentos detrás de la tercera persona, proponiéndose en ocasiones como objetivo-informacional, y otras veces como una suerte de enunciador *global*. Esto último se nota en el constante uso del nosotros mayestático -ej.: “entrevistamos”- que por momentos pasa a ser inclusivo cuando el enunciador es interpelado por medio de un colectivo de identificación más amplio que el de *vecino* (por ejemplo: “qué votamos los porteños”).

67 En ambos periódicos, el enunciador informa sobre oposiciones vecinales, es objetivo-informacional aunque en *Tiempo de Belgrano* su enunciatario encuadra más con un estereotipo de clase media alta conservador dispuesto a preservar la belleza de su espacio y sus intereses. Asimismo se construye un *enunciatario participativo* que se interesa por los problemas edilicios, urbanísticos y estéticos de su entorno a partir de la posibilidad de accionar. Se lo invita a la reflexión, con la convicción de que existe un cambio posible dentro de los límites de la hegemonía. En ellos se observa preocupación por problemas edilicios en vinculación con la preservación histórica, el entorpecimiento de la circulación pública y la estética, aunque *Alerta Militante* está más preocupado por la pobreza. Ambos valoran positivamente las actividades culturales barriales que benefician a la comunidad, las actividades comunitarias y la solidaridad.

#### 4. Los vecinos de los periódicos barriales y los de los diarios de gran tirada

Además de poder circunscribir las modalidades enunciativas recién descritas, el análisis que realizamos nos permitió acceder a ciertas operaciones que comparten los periódicos barriales y que los distinguen de los periódicos de gran tirada, al momento de construir la figura del vecino y el barrio.

Los periódicos barriales comparten presupuestos micro (frases hechas, oralidad, saberes) que hacen a la identidad barrial.

El contrato de lectura se construye en los saberes en común, se comparte presuposiciones, implícitos, frases hechas, refranes, oralidad. La ironía, el doble sentido y los juegos de palabras son los recursos retóricos frecuentes en *Cosas de barrio*, *El barrio de Villa Pueyrredón*, *Sur capitalino*, *El periódico de la gente* o *Noticiero Sur*, por nombrar algunos

de los populares cuestionadores, en sus enunciados lingüísticos, así como en el trucaje y los *inserts* de las fotografías. Se encuentra una gran carga de subjetividad, tanto por la abundancia de subjetivemas como por la búsqueda de complicidad propuesta por el enunciador: “Clases: ¡qué te paró! ... ¡no te paró! (Marzo, 2009). *Todo Paternal* realiza juegos de palabras para formar “malas palabras” -“la puia que lo tiró”- y sentencia frases que recuperan cierta sabiduría popular de izquierda, de corte marxista: “las fábricas son de quienes las trabajan”. *El barrio de Villa Pueyrredón* erige un *otro* político gobernante ubicado en el polo del mal, que permite hechos deleznable, pero también funcionarios posicionados en el polo del bien que dialogan y escuchan la voz de los vecinos. En *Tiempo de Belgrano* se despliega un rotundo enfoque opositor tanto al gobierno nacional como al de la ciudad. La nota principal que enarbola una de las tapas y brinda unas líneas de sus primeros párrafos expresa: “Oposición vecinal” (Febrero, 2009). El enunciador nominaliza la acción de los vecinos con el subjetivema *oposición* que posee una fuerte carga valorativa. De esta forma se comenta la acción de los vecinos ante el Polo científico y tecnológico que se ubicará en las ex Bodegas Giol. La fotografía es un plano general en contrapicado, que evidencia la grandeza y la imponente del edificio, con un soberbio cartel gubernamental que anuncia el futuro polo científico. El vecino representado, al posicionarse frente a la foto, se para allí, como *pequeño* frente al edificio, desde un lugar de impotencia y soledad ante el abandono y falta de escucha de los gobernantes. El enunciatario de la foto está empuqueñecido. En cambio, el enunciador del discurso es férreo: rechaza, se opone con mayúsculas, se preocupa por la saturación vehicular. Todos los periódicos barriales se posicionan desde un lugar de compartir presupuestos con los saberes micro del vecino al cual se dirigen, tanto en lo verbal como en lo icónico e indicial.

68

Se construye en los periódicos barriales, con sus matices, un nosotros de pertenencia, algunos con mirada crítica hacia los gobernantes por lo que se confirmó que representan un ojo crítico hacia los gobernantes u otros actores sociales (otros vecinos, constructoras). El enunciatario vecino es participativo, activo, incluido en un colectivo que mira las problemáticas del barrio *desde adentro*. Se cuestionan sucesos que ocurren en el barrio, se defienden causas, cosas, patrimonios, prácticas, historia local, festejos, premios (siempre apelando al orgullo y la pertenencia).

En cambio, en los periódicos de gran tirada nacional que intentan incursionar en lo barrial (Clarín y La Nación) no construyen un nosotros inclusivo, una voz que hable *desde el barrio*. Genéricamente, lo barrial aparece en secciones o en información general. Se informan aspectos del barrio que un vecino real debería conocer, como si se hablara del barrio por primera vez, hacia un *no vecino*. El enunciatario no sabe de lo micro, lo local, lo barrial, es construido como con preocupación *nacional*. Se trata de un enunciatario *objetivo* que brinda información por primera vez sobre un tema de manera general.

Los suplementos barriales de Clarín y de La Nación están dirigidos a un no vecino enunciatario que lee sobre el barrio por primera vez, como si quisieran *vendérselo*, con mayor desapego y distancia, como si se dirigiera a un *argentino* (ni siquiera porteño) desde un criterio clientelístico y desde una mirada desprovista de conflicto político. Cabe destacar que este servicio periodístico es pago y de distribución organizada y se configura como una prolongación del cuerpo del periódico nacional, puesto en un contexto de la publicación nacional.

## 5. Conclusiones

Realizado el análisis de los contratos de lectura de los periódicos barriales gratuitos de la CABA, podemos concluir que las publicaciones no construyen una única modalidad enunciativa sino al menos tres que implican tres perfiles de lector-vecino diferentes. El que aparece predominantemente es el crítico popular con énfasis en lo local. Se trata de una instancia que cuestiona a las autoridades en su quehacer cotidiano, con el estilo popular del cual hablan Steimberg y Traversa, cargado de contaminaciones sociolectales, organización caótica, juegos de palabras, figuras retóricas, empleo del humor paródico e intertextualidad. Se posiciona a los vecinos desde la impotencia y el reclamo como víctimas de la mala operancia política, como testigos contestatarios y combativos, populares y nostálgicos que reciben argumentaciones para la reflexión y también festejan los logros que provocan orgullo en el barrio.

69 En segundo lugar, el contrato de lectura *serio, descriptivo y evocador del pasado*. Se trata de una posición enunciativa que no cuestiona el *statu quo* sino que pone énfasis en el goce de la belleza en lo paisajístico y lo edilicio del barrio. Construye un vecino gráfico observador, más identificado con ser miembro de la comunidad porteña que barrial. Se lo configura a partir de un léxico predominantemente *neutral*, desprovisto de figuras y marcas de la enunciación, con abundancia de titulares y enunciados asertivos. El lenguaje es cuidado y serio, sin contaminaciones sociolectales. La figuración es escasa, la fotografía es mostración o descriptiva y el orden es racionalista.

Por último, el contrato *culto cuestionador* proporciona cuestionamientos a las autoridades de manera más cercano al periodismo serio, desde un estilo periodístico desprovisto de figuras retóricas que remitan a lo literario o la complicidad. El enunciadador brinda cuantificaciones y el estilo se acerca a la neutralidad.

Volviendo a la pregunta que nos hacíamos al comienzo sobre el lugar que ocupan los periódicos barriales en el sistema de medios, podríamos postular que una de las razones de su supervivencia es que cumplen la función de vincular los sucesos periodísticos nacionales al contexto barrial. Es frecuente que los periódicos retomen noticias del ámbito zonal o nacional y las transpongan al barrio, pero no se trata únicamente de un traslado contextual sino también de tratamiento del lenguaje. Suelen utilizarse términos coloquiales y hacer usos de presupuestos compartidos con los vecinos del barrio. Los periódicos barriales proponen un intercambio con los vecinos como *pares* con los que se tiene la confianza para intercambiar opiniones sobre lo que acontece en el país y cómo repercuten las decisiones de sus gobernantes en el barrio en el que viven.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBORNOZ, LUIS (2003), "La prensa *on line*: mayor pluralismo con interrogantes", en Bustamante, Enrique (coord), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- ALBORNOZ, LUIS; POSTOLSKI G.; MASTRINI, G; HERNANDEZ, P. (2000), "Al fin solos el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina" en Albornoz L. (comp.) *Al fin solos ...la nueva televisión del Mercosur*. Ed. La crujía. Buenos Aires.
- BECCERRA, MARTÍN (2004), "La era de la concentración", en *Diálogos de la Comunicación*, nº69, Federación Latinoamericana de Facultades y Carreras de Comunicación Social (FELAFACS), Lima.
- BECCERRA, MARTÍN, PABLO HERNÁNDEZ Y GLENN POSTOLSKI (2003), "La concentración de las industrias culturales", en *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Ediciones CICCUS y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.
- BECCERRA, MARTÍN Y ALFONSO ALFREDO (2007), *La investigación periodística en la Argentina*. Universidad Nacional de Quilmes, Ed. Quilmes, Quilmes.
- BECCERRA, MARTÍN Y GUILLERMO MASTRINI (2004), "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias info-comunicacionales ante la Sociedad de la Información", en *Telos Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* nº61, Fundación Telefónica, Madrid.
- BUSTAMANTE, E. Y ZALLO, R. (COORDS.). (1988), *Industrias Culturales en España (grupos multimedia y transnacionales)*, Akal, Madrid.
- BUSTAMANTE, E. (COORDINADOR) (2002), *Comunicación y cultura en la era digital: Industria, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.
- (2003), "Las industrias culturales, entre dos siglos", en Bustamante, Enrique (coord), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- CASTELLS, MANUEL (1995), *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Alianza Editorial, Madrid.
- COLOMBO, FURIO (1997), *Últimas noticias sobre el periodismo*, Anagrama, Barcelona.
- DE MIGUEL, JUAN CARLOS (2003), "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia", en Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- FERNÁNDEZ, JOSÉ LUIS (1995), "Estilo discursivo y planeamiento comunicacional" en *Oficios Terrestres Nro. 1*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. La Plata  
[http://interfacesypantallas.files.wordpress.com/2008/08/articulo\\_fernandez\\_2.pdf](http://interfacesypantallas.files.wordpress.com/2008/08/articulo_fernandez_2.pdf)
- FERNÁNDEZ, J. L., GARIS, A.; GONZÁLEZ MONTE, L. Y PORTO LÓPEZ, P. "Wikileaks: ¿los límites de la esperanza antibroadcast?" En: *Papeles secretos. Los cables de wikileaks*. Vilker, Sh. (comp.). Buenos Aires, Eudeba, 2012.
- GALPERÍN, HERNÁN (1997), "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional. El caso del TLCAN, la UE y el Mercosur", en *Comunicación y Sociada* nº31, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- JAKOBSON, ROMAN (1985), *Ensayos de Lingüística General*, Trad. cast., Planeta- De Agostini, Barcelona.
- KATZ, CLAUDIO (1998), "El enredo de las redes", en *Voces y Culturas* nº14, Voces y Culturas, Barcelona.
- LORETI, DAMIÁN (1995), *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*, Paidós, Buenos Aires.

- MASTRINI, GUILLERMO Y MARTÍN BECERRA (2001), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", en Quirós Fernández, Fernando y Francisco Sierra Caballero (eds) *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, España.
- MATTELART, ARMAND (1998), *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona
- MCCHESNEY, ROBERT (2002), "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid.
- METZ, CHRISTIAN (1970), "El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?" en *Lo verosímil*. Ed. Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires.
- SCHAEFFER, JEAN-MARIE (1990), *La imagen precaria*. Ed. Cátedra. Barcelona
- SEGRE, CESAR (1985), "Principios de análisis del texto literario" en *Problemas del texto literario*. Ed. Crítica. Barcelona
- STEIMBERG, OSCAR (1993), *Semiótica de los medios masivos*, «Género, estilo, género: diez proposiciones comparativas», Atuel, Buenos Aires.
- (1998), «De qué trató la semiótica», en *Semiótica de los medios masivos*, Atuel, Buenos Aires.
- STEIMBERG, O. Y TRAVERSA, O. (1997), "Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página". En: *Estilo de época y comunicación mediática*, Atuel, Buenos Aires.
- TODOROV, TZVETAN (1978), «Los dos principios del relato», en *Les genres du discours*, Seuil, París.
- VERÓN, ELISEO (1985), El análisis del "Contrato de lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Médias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París.
- (1987), *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Ed. Gedisa. Buenos Aires
- (1987B), «La palabra adversativa», en Verón, E. y otros, *El discurso político -Lenguajes y acontecimientos*, Edicial, Buenos Aires.