

## **XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)**

***Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina:  
las ciudadanías y el poder***

**Medellín, Colombia, 3, 4 y 5 de junio de 2020**

**Organizan**

- ❖ Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).
- ❖ Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB).

### **Ponencia presentada al GT 19 Comunicación Digital, Redes y Procesos**

### **EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0 EN LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS**

### **SUBJETIVIDADES**

the author's journalism 2.0 in the construction of new subjectives

o jornalismo do autor 2.0 na construção de novos subjetivos

Mariela Lucrecia Parisi <sup>1</sup>

#### **Resumen:**

A partir de la década del'90 la industria mediática argentina fue impactada por las tecnologías digitales que modificaron las comunicaciones, generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información y se fue transformando la manera en que se establece el encuentro de los periodistas con los públicos. Este estudio exploratorio se enmarca en las investigaciones relativas al Análisis del Discurso, desde un recorte específico: la producción discursiva que periodistas cordobeses realizan a través de sus

---

<sup>1</sup>Mariela L. Parisi, decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, Magíster en Comunicaciones Institucionales, Argentina, marielaparis@gmail.com

blogs o sitios web personales, práctica que se enmarca en un nuevo género que hemos definido como "periodismo de autor 2.0".

Nos interesa particularmente comprender el modo en que los periodistas, legitimados en el prestigio previo como tales y en la producción discursiva en los blogs, constituyen sus identidades digitales. En este sentido, pensamos que, en la posición de enunciador ocupada por el periodista, restablecer el nombre propio supone actualizar la confianza que fueron perdiendo con sus lectores, tanto por los condicionamientos y censuras veladas como por la misma crisis de representación de los medios hegemónicos. Pero también, el blog puede funcionar como amplificador del yo periodista forjado en los medios tradicionales, como una vidriera donde proyectar una imagen en la que puedan identificarse los nuevos consumidores de medios en Internet.

**Palabras Clave:** Ciberperiodismo, Identidades digitales, Narrativas del yo

**Abstract:**

From the 1990s, the Argentine media industry was impacted by digital technologies that modified communications, generated new processes of production, circulation and consumption of information and the way in which the meeting of journalists was established was transformed. This exploratory study is framed in the investigations related to the Speech Analysis, from a specific cut: the discursive production that Cordovan journalists carry out through their blogs or personal websites, a practice that is framed in a new genre that we have defined as "journalism of author 2.0".

We are particularly interested in understanding the way in which journalists, legitimized in previous prestige as such and in discursive production in blogs, constitute their digital identities. In this sense, we think that, in the position of enunciator occupied by the journalist, restoring the proper name implies updating the confidence that they were losing with their readers, both because of the veiled conditions and censures and the same crisis of representation of the hegemonic media. But also, the blog can function as an amplifier of the journalist self-forged in traditional media, such as a stained glass window where to project an image in which new media consumers can be identified on the Internet.

**Key words:** Cyber journalism, Digital identities, Narratives of the self.

### Resúmen ampliado

En este trabajo se presentan los avances en la investigación sobre un tipo específico y novedoso de construcción de la subjetividad: la identidad digital de los periodistas consagrados que publican contenidos en plataformas virtuales, configurando una presentación especial de sí mismos a través de un yo digital dispuesto a la interacción con sus seguidores.

La presentación de sí mismo o *êthos* representa una dimensión constitutiva del discurso (Amossy, 2010) y dadas las especificidades de las plataformas digitales, para analizarla, además de elementos lingüísticos debemos tener en cuenta todas las opciones morfológicas que ofrece la interfaz (Scolari2014; Zelcer y Cuesta, 2010) para la transposición de la idea de sí a recursos gráficos, sonoros y visuales; elecciones de visibilidad, recorridos de lectura, etc., de los que se vale el periodista como narrador para la puesta en escena de su *êthos* digital.

La delimitación del objeto de estudio y el interés en su abordaje aparecen como resultado de un primer acercamiento a los blogs en los que puede visualizarse la conformación del *êthos* a través de una revalorización del nombre propio, y un empoderamiento del periodista en su función-autor: "un periodista dice", "periodista y politólogo", "le doy mi palabra", son ejemplos de los nombres y lemas con que encabezan sus blogs los periodistas argentinos Sergio Carreras, Claudio Fantini y Alfredo Leuco, respectivamente.

En las primeras aproximaciones a las publicaciones en soportes digitales de los blogs o sitios personales, observamos que el fenómeno de tener presencia en primera persona en las nuevas plataformas alberga a numerosos profesionales de la comunicación y el periodismo quienes construyen una identidad virtual y deciden publicar/postear periódicamente.

Este indicio nos llevó a considerar como objeto de estudio a los discursos proferidos en los blogs periodísticos, dado que podían reconocerse como medios de comunicación emergentes, con características propias de un novedoso género discursivo que implica una configuración discursiva particular, entre lo íntimo, lo biográfico y lo informativo.

En los blogs periodísticos personales el enunciador se configura a partir de su *êthos* profesional, es decir, el autor construye su identidad digital desde la posición del periodista, pero a su vez se manifiesta en primera persona.

Estas presunciones enmarcan el análisis del corpus que se cruza con los datos del contexto en el que surge el fenómeno de estudio, el que por su contemporaneidad y por tratarse de una investigación del tiempo presente cuenta con escasos antecedentes específicos.

En los sitios personales, la construcción de la identidad está articulada directamente con la instalación o refuerzo del nombre propio como atributo de identificación y diferenciación, tal como funciona la marca de fábrica en los productos.

Desde la teoría social de los discursos (Verón, 1988), consideramos la dimensión argumentativa de los mismos y mediante la noción retórica de *êthos*, caracterizamos la presentación de sí que los enunciadores -posicionados como periodistas- construyen discursivamente en las publicaciones de sus blogs personales.

Del cruce de las observaciones preliminares de los contenidos posteados y considerando las problemáticas de época en torno a las tecnologías de la comunicación y su repercusión en la producción periodística de los medios, aparecieron las primeras conjeturas y el problema de investigación que remite a la siguiente hipótesis de trabajo: en el periodista existe una necesidad de recuperar el nombre propio como garantía de credibilidad para refundar el contrato de lectura con el lector/usuario, ante la evidente mercantilización de los medios



tradicionales y la transformación de sus rutinas de producción en donde el periodismo de investigación tiene cada vez menos espacio/tiempo/recursos.

Esta indagación, lejos de relevar una descripción puramente formal de las personas, se aproxima a cuestiones de fondo sobre la naturaleza y funciones del êthos discursivo de los periodistas en entornos virtuales. Construcción de un êthos periodístico de autor 2.0. como fenómeno de identidades en línea, de individualismos conectados que se ponen en juego mediante tecnologías emergentes centradas en el usuario con una marcada tendencia a la exaltación del yo y la espectacularización de la personalidad (Arfuch, 2010, 2002; Sibilia, 2008).

Esta modalidad identitaria es compartida en general por todo sujeto/usuario digital, más creemos que adquiere una función diferencial, cuando los enunciadores son periodistas profesionales. Sabemos que con el advenimiento de la Web 2.0 se han diversificado las posibilidades de producción-circulación-acceso a la información y que ello redundará en un creciente proceso de individuación de los consumos de contenidos en la Web, segmentados de acuerdo a intereses específicos del usuario sobre todo en temas relativos a entretenimiento, información y publicidad de productos y servicios.

Esta tendencia parece congruente con las características de mercado en el macro sistema económico de la industria cultural contemporánea, pudiéndose observar un equivalente en los procesos de individualización de la construcción identitaria entre periodistas y lectores/usuarios.

Así como los circuitos de producción, circulación y consumo de bienes y servicios se encauzan sobre bases de datos que permiten direccionar y agilizar el encuentro entre el consumidor y el producto garantizando el consumo y la satisfacción del cliente, el consumo



Acreditación Institucional  
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS  
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años



de información periodística está cada vez más ligado a restablecer un nuevo contrato de lectura sellado entre el periodista y sus usuarios/lectores, cimentado en la credibilidad del autor, del nombre propio, atributo que se ha ido desdibujando en la cadena de producción informativa de las empresas periodísticas.

Por ello, decimos que en la Argentina de siglo XXI y, debido a la crisis de representatividad de los medios tradicionales, a la irrupción de nuevas tecnologías que suponen nuevos modos de circulación y consumo y la extimidad y lo autobiográfico exhibidos como espectáculo, emerge un nuevo género periodístico que denominamos *Periodismo de Autor 2.0.* y en el que identificamos las particularidades enunciativas de estos discursos periodísticos en Internet, así como los efectos de sentido que produce.

### **Bibliografía**

- AMOSSY, R. (2010): La présentation de soi. Ethos et identité verbale. Paris: Presses Universitaires de France, Collection L'interrogation philosophique.
- ARFUCH, L. (2010): El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea. 1ªed, 3ª reimp. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BECERRA, M. (2004): "Sociedad de la Información: Proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Grupo Ed. Norma.
- CUESTA, A. y ZELCER, M. (2002): "Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos". Facultad de Ciencias Sociales, UBA – septiembre de 2002. Conference Paper. Disponible: [file:///D:/Usuario/Downloads/Conformaci%C3%B3n%20de%20gram%C3%A1ticas%20-%20Diarios%20Electr%C3%B3nicos%20-%202002%20\(1\).pdf](file:///D:/Usuario/Downloads/Conformaci%C3%B3n%20de%20gram%C3%A1ticas%20-%20Diarios%20Electr%C3%B3nicos%20-%202002%20(1).pdf) [Accedido: 12/10/2016]
- EDO C. (2009): "La noticia en Internet: cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes", Universidad Complutense de Madrid, p.20
- ESCUDERO, L. (2007): "La agenda de los medios", en Escudero, L. y C. García Rubio (2007): Democracias de opinión. Medios y comunicación política. Buenos Aires: La Crujía (131-151).
- GARCÍA LUCERO, D. y Koci, D. (2017): "Profesionalización y transformaciones de la actividad periodística en los medios de comunicación". Argentina, Córdoba: Ed Copi-Pávido.

MAINGUENEAU, D. (1999); "Ethos, scénographie, incorporation", en R. Amossy (ed.), Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos. Lausanne. París, Delachaux: et Niestlé.

MOSCO, V. (2009): "La economía política de la comunicación: una tradición viva". Conferencia inaugural del VII Congreso Internacional ULEPICC. Disponible: <http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Mosco%20V.pdf>

ORIHUELA, J.L. (2004): "Los Weblogs revolución y consolidación". Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui N°085, marzo, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador.

PARDO KUKLINSKI, H. (2009): "El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet", en Carlon, M. y Scolari, C. (Eds), El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Editorial La Crujía, Pp. 251-262

SALAVARRÍA, R. y NEGREDO, S. (2009): "Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones". Barcelona: Sol90 Media.

SAL PAZ, J.C. (2016): El comentario digital como género discursivo periodístico. Análisis de la Gaceta de Tucumán; Aposta Digital; Aposta; 69; 4-2016; 158-216

SAMELA, G. (2018): Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. [Disponible en: [file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20(1).pdf)]

SIBILIA, P. (2008): La Intimidad como espectáculo. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

SCOLARI, C. (2014): 'Mediatizaciones. Conversaciones fragmentadas en la Red (I)'. [Disponible en <https://hipermediaciones.com/2014/03/22/mediatizaciones-conversaciones-fragmentadas-en-la-red-i/>]

VERÓN, E. (1988): La semiosis social. Fragmentos de una Teoría de la discursividad. Buenos Aires: Gedisa.

ZELCER, M. (2009): "Dispositivos de la Web". XIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas de la UNSL, Disponible: [http://www.redcomunicacion.org/memorias/p\\_jornadasp.php?id=989&idj=10](http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadasp.php?id=989&idj=10)

Sitios Periódísticos analizados

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

<http://www.enriquelacolla.com>

<http://sergiocarreras.blogspot.com/>

# ALAIC 2020

3 - 5 de junio | Medellín

<http://www.alfredoleuco.com.ar/>  
<http://marianosaravia.com.ar/>



Acreditación Institucional  
**ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS**  
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años

